

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PASAR
TRADISIONAL INPRESS KOTA PRABUMULIH**

SKRIPSI



Nama : ARI PRAWIRA SUDRAJAD

NIM : 212014320

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2020**

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PASAR
TRADISIONAL INPRESS KOTA PRABUMULIH**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Nama : ARI PRAWIRA SUDRAJAD

NIM : 212014320

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2020**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ari Prawira Sudrajad

NIM : 212014320

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sendiri dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penyalinan karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan segala konsekuensinya.

Palembang, Februari 2020

Penulis



Ari Prawira Sudrajad
Ari Prawira Sudrajad

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang**

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK,
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PASAR
TRADISIONAL INPRESS KOTA
PRABUMULIH

Nama : Ari Prawira Sudrajad
Nim : 212014320
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran

Diterima dan Disyahkan
Pada tanggal, Maret 2020

Pembimbing I,

Pembimbing II



Zawawi Nasution, S.E., M.Si.
NIDN: 0222045801



Mardiana Puspasari, S.E., M.Si.
NIDN: 0226107001

Mengetahui,
Dekan

u.b. Ketua Program Studi Manajemen




Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si.
NIDN: 0216057001

PERSEMBAHAN DAN MOTTO

MOTTO :

“Barang siapa melepaskan dari seorang muslim suatu kesulitan di dunia, Allah akan melepaskan kesulitan darinya pada hari kiamat; dan Allah senantiasa menolong hamba-Nya selama ia (suka) menolong saudaranya”.

(HR. Muslim dari Abu Hurairah)

”Belajar tidak akan berarti, jika tidak ada budi pekerti”

Dengan Ridho ALLAH SWT

Kupersembahkan Skripsi Ini Kepada :

- ❖ Ayahanda Misngat dan Ibunda Darseni*
- ❖ Saudara-saudaraku tercinta*
- ❖ Kedua pembimbing skripsiku*
- ❖ Sahabat-sahabat terbaik ku*
- ❖ Almamater ku*

PRAKATA



Assalamu'alaikum, Wr, Wb.

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah S.W.T, karena atas rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pasar Tradisional Inpress Kota Prabumulih dengan tepat waktu.

Dalam penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari berbagai kesulitan. Namun, berkat bimbingan, bantuan dan dorongan dari berbagai pihak maka penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini, oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada ayahanda Misngat dan Ibunda Darseni yang senantiasa memberikan doa dan dukungan kepada penulis selama menjalankan kuliah dan menyelesaikan skripsi. Selain itu, dengan kerendahan hati dan rasa ikhlas, perkenalkanlah penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan laporan ini, sehingga penulis dapat mengatasi kesulitan dalam pembuatan skripsi ini. Tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. H. Abid Djazuli, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Drs. Fauzi Ridwan, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang dan Wakil-Wakil Dekan beserta staf karyawan/karyawati Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. Ibu DR. Diah Isnaini, S.E., M.M. sebagai Sekretaris Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
5. Bapak Zawawi Nasution, S.E., M.Si. selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.

6. Ibu Mardiana Puspasari, S.E., M.Si., selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
7. Responden penelitian yang telah berpartisipasi dan meluangkan waktunya untuk mengisi angket penelitian.
8. Bapak dan Ibu Dosen dan staff pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
9. Saudara-saudaraku yang telah memberikan semangat dan motivasi kepadaku dalam menyelesaikan skripsi.
10. Semua pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, Semoga Allah S.W.T. membalas budi baiknya dan memberikan berkah kepada kita semua, Amin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Palembang, Februari 2020

Penulis,

Ari Prawira Sudrajad

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|----------------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN BEBAS PLAGIAT | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN..... | iv |
| HALAMAN PRAKATA | v |
| HALAMAN DAFTAR ISI | vii |
| HALAMAN DAFTAR TABEL | x |
| HALAMAN DAFTAR GAMBAR..... | xi |
| HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| ABSTRAK..... | xiii |
| <i>ABSTRACT</i> | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 6 |
| C. Tujuan Penelitian | 6 |
| D. Manfaat Penelitian | 6 |
| BAB II KAJIAN KEPUSTKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS | |
| A. Landasan Teori..... | 8 |
| 1. Konsep Pemasaran | 8 |
| 2. Kepuasan Konsumen..... | 10 |
| 3. Harga..... | 15 |

| | | |
|----------------|---|----|
| | 4. Kualitas Produk..... | 20 |
| | 5. Kualitas Pelayanan..... | 25 |
| | B. Penelitian Sebelumnya..... | 30 |
| | C. Kerangka Pemikiran..... | 33 |
| | D. Hipotesis..... | 33 |
| BAB III | METODE PENELITIAN | |
| | A. Jenis Penelitian..... | 34 |
| | B. Lokasi Penelitian..... | 34 |
| | C. Operasionalisasi Variabel..... | 35 |
| | D. Populasi dan Sampel..... | 36 |
| | E. Data yang Diperlukan..... | 38 |
| | F. Teknik Pengumpulan Data..... | 38 |
| | G. Analisis Data dan Teknik Analisis..... | 39 |
| BAB IV | HASIL DAN PEMBAHASAN | |
| | A. Hasil Penelitian..... | 47 |
| | 1. Gambaran Umum Pasar Tradisional Inpress Kota Prabumulih..... | 47 |
| | 2. Identitas Responden..... | 48 |
| | 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 50 |
| | 4. Deskripsi Jawaban Responden..... | 54 |
| | 5. Hasil Regresi Linier Berganda..... | 58 |
| | 6. Hasil Uji F..... | 59 |
| | 7. Hasil Uji t..... | 60 |
| | 8. Koefisien Determinasi (R^2)..... | 62 |

| | |
|---|-----------|
| B. Pembahasan..... | 63 |
| 1. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen di Pasar Inpress Kota Prabumulih..... | 63 |
| 2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan konsumen di Pasar Inpress Kota Prabumulih | 64 |
| 3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Pasar Inpress Kota Prabumulih..... | 66 |
| 4. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Pasar Inpress Kota Prabumulih..... | 68 |
| 5. Perbandingan Penelitian dengan Penelitian Sebelumnya | 71 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN | |
| A. Simpulan | 76 |
| B. Saran..... | 77 |
| DAFTAR PUSTAKA | 78 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|----------------|
| Tabel I.1 Jenis Usaha Dagangan dan Jumlah Pedagang di Pasar Tradisional Inpress Kota Prabumulih Tahun 2019 | 3 |
| Tabel III.1 Variabel, Definisi Variabel dan Indikator Penelitian | 35 |
| Tabel IV.1 Identitas Responden Berdasarkan Umur | 48 |
| Tabel IV.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 49 |
| Tabel IV.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan | 49 |
| Tabel IV.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan..... | 50 |
| Tabel IV.5 Hasil Validitas Variabel Harga (X_1) | 51 |
| Tabel IV.6 Hasil Validitas Kualitas Produk (X_2)..... | 51 |
| Tabel IV.7 Hasil Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_3) | 52 |
| Tabel IV.8 Hasil Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y) | 52 |
| Tabel IV.9 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner..... | 53 |
| Tabel IV.10 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Harga (X_1) | 54 |
| Tabel IV.11 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X_2) ... | 55 |
| Tabel IV.12 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X_3)..... | 56 |
| Tabel IV.13 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen (Y) | 57 |
| Tabel IV.14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda | 58 |
| Tabel IV.15 Uji F (Simultan) | 60 |
| Tabel IV.16 Uji t (Parsial)..... | 61 |
| Tabel IV.17 Koefisien Determinasi..... | 62 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|----------------|
| Gambar II.1 Konsep – Konsep Inti Pemasaran | 9 |
| Gambar II.2 Kerangka Pemikiran..... | 33 |

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Pengantar Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Identitas Responden
- Lampiran 3 Rekapitulasi Hasil Ujicoba Angket
- Lampiran 4 Hasil Validitas dan Reliabilitas Variabel
- Lampiran 5 Rekapitulasi Hasil Jawaban Kuesioner Penelitian
- Lampiran 6 Distribusi Frekuensi
- Lampiran 7 Hasil Output SPSS
- Lampiran 8 Tabel r
- Lampiran 9 Tabel F
- Lampiran 10 Tabel t
- Lampiran 11 Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
- Lampiran 12 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 13 Surat Keterangan Selesai Penelitian
- Lampiran 14 Foto Copy Sertifikat Lulus Membaca Al-Qur'an
- Lampiran 15 Foto Copy Sertifikat Toefl
- Lampiran 16 Checker Plagiarism

ABSTRAK

Ari Prawira Sudrajad/ 212014320/ 2020/ Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pasar Tradisional Inpress Kota Prabumulih/ Pemasaran

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Pasar Tradisional Inpress Kota Prabumulih? Tujuan penelitian untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Pasar Tradisional Inpress Kota Prabumulih. Populasi penelitian tidak diketahui sehingga peneliti menggunakan rumus Corchran sehingga diperoleh sampel sebanyak 96 responden. Data yang diperlukan adalah data primer. Teknik pengumpulan data adalah kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan alat analisis regresi linear berganda, uji hipotesis dengan uji F (bersama-sama) dan uji t (individual) serta koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan persamaan regresi $Y = 2,199 + 0,428X_1 + 0,419X_2 + 0,429X_3$. Persamaan tersebut menunjukkan koefisien regresi harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan bernilai positif artinya apabila harga yang ditawarkan bersaing, kualitas produk terjaga, dan kualitas pelayanan baik maka kepuasan konsumen akan bertambah, sebaliknya jika harga yang ditawarkan terlalu tinggi, kualitas produk kurang baik, dan kualitas pelayanan buruk maka kepuasan konsumen akan berkurang. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan ada pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama maupun secara individual terhadap kepuasan konsumen Pasar Inpress Kota Prabumulih. Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh variabel harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan sebesar 45,8%, sedangkan sisanya 54,2% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

The formulation of the problem in this research is is there any influence of price, product quality, and service quality on consumer satisfaction in the Inpress Traditional Market of Prabumulih City? The purpose of the study was to determine and analyze the effect of price, product quality, and service quality on consumer satisfaction in the Inum Traditional Market of Prabumulih City. The study population was unknown, so researchers used the Corchran formula to obtain a sample of 96 respondents. The results showed the regression equation $Y = 2.199 + 0.428X1 + 0.419X2 + 0.429X3$. Hypothesis testing results indicate there is an effect of price, product quality, and service quality together or individually on consumer satisfaction in Prabumulih City Inpress Market. Consumer satisfaction can be influenced by price, product quality, and service quality variables by 45.8%, while the remaining 54.2% customer satisfaction is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Price, Product Quality, Service Quality, Consumer Satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis saat ini memang menghadapi persaingan yang semakin ketat, dimana semua perusahaan berlomba-lomba untuk dapat menarik konsumen dan mengungguli saingan mereka. Untuk itu, pelaku usaha dituntut memenuhi kebutuhan konsumen serta memuaskan mereka. Philip Kotler (2008) menyebutkan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap kinerja (hasil) sesuatu produk dengan harapannya.

Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis, membuat perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Sehingga perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu memberikan kepuasan kepada konsumen dengan produk yang ditawarkan. Kepuasan konsumen ini dapat dilihat dari adanya konsumen yang merasakan dari produk tersebut baik dari segi harga, kualitas produk, dan juga kualitas pelayanan yang diberikan sehingga membuat konsumen merasakan kepuasan. Apabila konsumen merasa kebutuhan atau keinginannya terpenuhi, maka konsumen akan memiliki satu ingatan yang dalam terhadap merek tersebut (Asina Rismawati S., 2018:2). Hal ini juga bisa terjadi pada pedagang di pasar tradisional.

Pasar tradisional masih memegang peranan yang penting di masyarakat. Pasar tradisional memiliki keunikan tersendiri karena penjual dan pembeli

bertemu secara langsung, melakukan tawar-menawar secara langsung, harga tidak tetap tergantung keahlian konsumen melakukan penawaran, hal tersebut memberikan keasikan tersendiri pada konsumen dalam melakukan transaksi. Meskipun saat ini pasar modern seperti mal-mal berkembang dengan pesat di setiap kota di Indonesia, tetapi keberadaan pasar tradisional ini tetap memegang peranan penting dalam memenuhi kebutuhan pokok masyarakat. Masyarakat Kota Prabumulih biasanya menyebut Pasar tradisional dengan sebutan Pasar Impress. Di kota Prabumulih terdapat 1 pasar tradisional resmi yang dinaungi oleh PD Pasar Prabumulih.

Pasar tradisional Impress di Kota Prabumulih terletak di antara di jalan lintas kabupaten dan terletak di jalan raya utama Kota Prabumulih. Pasar tradisional ini mempunyai dua sisi, yaitu sisi kanan dan sisi kiri. Ke semua sisi tersebut dipenuhi oleh pedagang buah, sayuran, klontongan, pedagang pakaian, dan pedagang lainnya. Sebenarnya lokasi Pasar tradisional yang dekat dengan jalan raya utama apalagi jalan lintas kabupaten/kota merupakan suatu masalah yang cukup pelik mengingat banyaknya masyarakat yang berbelanja di pasar tradisional ini.

Tabel I.1
Jenis Dagangan dan Jumlah Pedagang di Pasar Tradisional Inpress
Kota Prabumulih Tahun 2019

| No | Jenis Dagangan | Jumlah Pedagang |
|----|--|-----------------|
| 1 | Sembako | 64 |
| 2 | Pakaian dan sejenisnya | 36 |
| 3 | Ikan, Daging, dan Seafood dan sejenisnya | 14 |
| 4 | Cabe, Bawang, Tomat, dan sejenisnya | 29 |
| 5 | Buah-Buahan | 17 |
| 6 | Pecah-Belah dan sejenisnya | 10 |
| 7 | Manisan dan sejenisnya | 24 |
| | Jumlah | 194 |

Sumber: Dinas Pasar Kota Prabumulih Tahun 2019.

Tabel 1.1 di atas menjelaskan bahwa jumlah pedagang di pasar tradisional Inpress kota Prabumulih adalah 194 orang. Jenis usaha dagangan terbanyak adalah sembako dengan jumlah pedagang sebanyak 64 orang, dan jenis usaha dagangan pecah belah dan sejenisnya hanya berjumlah 10 pedagang.

Kepuasan konsumen senantiasa menjadi suatu keharusan untuk diperhatikan oleh setiap perusahaan. Kepuasan konsumen merupakan suatu indikator ke depan akan keberhasilan bisnis perusahaan, yang mengukur bagaimana baiknya tanggapan konsumen terhadap masa depan bisnis perusahaan (Assauri, 2012: 11). Dengan memperhatikan kepuasan konsumen, maka perusahaan akan dapat mempertahankan keberadaannya (Kotler dan Keller, 2012: 140).

Faktor-faktor yang dapat mendorong kepuasan konsumen menurut Daryanto dan Setyobudi (2014: 53-54) di antaranya yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya, dan kemudahan. Diharapkan para pemilik usaha, benar-benar memperhatikan faktor pendorong kepuasan tersebut.

Hal ini akan menciptakan kepuasan bagi konsumen setelah mengkonsumsi barang atau jasa suatu perusahaan.

Selanjutnya Hadi Irawan (dalam Maulana, 2016: 116) menjelaskan bahwa faktor-faktor pendorong kepuasan kepada pelanggan yaitu (a) Kualitas Produk, Pelanggan akan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut yang memiliki kualitas produk baik; (b) Harga, Biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting. Akan tetapi biasanya faktor harga bukan menjadi jaminan suatu produk memiliki kualitas yang baik; (c) Kualitas Jasa, Pelanggan merasa puas apabila mereka memperoleh jasa yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan dari pegawai maupun karyawan perusahaan; (d) Emotional factor, Kepuasannya bukan karena kualitas produk, tetapi harga diri atau nilai sosial yang menjadikan pelanggan puas terhadap merek produk tertentu; dan (e) Biaya atau kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa, Kenyamanan dan efisien dalam mendapatkan suatu produk atau jasa serta mudah mendapatkan jasa produk memberikan nilai tersendiri bagi kepuasan pelanggan.

Kualitas produk menggambarkan sejauh mana kemampuan produk tersebut dalam memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen (Kotler dan Armstrong, 2008: 273). Pengalaman konsumen dalam membeli produk yang baik atau buruk akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian kembali atau tidak. Dengan demikian, pemain usaha harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen. Selain kualitas produk, yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan dalam bersaing.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008: 345), harga adalah sejumlah nilai yang dibebankan atas suatu produk atau jasa yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Bagi konsumen, harga sering dikaitkan dengan manfaat yang diperoleh atas suatu barang atau jasa. Pembeli menggunakan harga tidak hanya pada ukuran pengorbanan, tetapi juga digunakan sebagai indikator kualitas produk dan layanannya (Assauri, 2012: 194). Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas yang memiliki nilai lebih dengan memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.

Bagi pedagang, kualitas pelayanan menjadi suatu hal yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing. Menurut Lovelock, Wirtz, dan Mussry (2010: 154), kualitas pelayanan adalah sesuatu yang secara konsisten dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan/konsumen. Harapan konsumen sebelum membeli adalah untuk mendapatkan pelayanan yang memuaskan. Pelayanan yang berkualitas akan menjadi daya tarik konsumen dan akan berdampak pada terjadinya pembelian berulang-ulang yang nantinya akan meningkatkan penjualan.

Menjaga kepuasan sangat penting dalam semua lini bisnis karena hanya dengan mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen bisnis bisa bertahan dan berkembang. Demikian juga dengan fenomena kepuasan konsumen di pasar tradisional, pedagang pasar tradisional dan pihak-pihak yang terkait dengan kondisi pedagang tradisional harus bahu membahu meningkatkan kepuasan konsumen yang berbelanja di pasar tradisional agar konsumen tetap bertahan membeli dan memenuhi kebutuhan produk mereka dari pedagang

tradisional. Beberapa konsumen yang datang dan berniat berbelanja terkadang mengurungkan niatnya karena melihat kondisi produk yang di jual atau terkadang bisa juga karena tidak nyaman dengan sempitnya lokasi pasar yang mengharuskan mereka sulit membawa kendaraan pribadi ke pasar tersebut.

Berdasarkan uraian masalah di atas maka penulis tertarik memilih judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pasar Tradisional Inpress Kota Prabumulih”**

B. Rumusan Masalah

Adakah pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Pasar Tradisional Inpress Kota Prabumulih?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Pasar Tradisional Inpress Kota Prabumulih.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Sebagai penerapan ilmu pengetahuan yang diperoleh dari bangku kuliah khususnya manajemen pemasaran tentang pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di pasar tradisional.

2. Bagi Pedagang

Sebagai masukan agar dapat meningkatkan kualitas produk sehingga dapat mempertahankan konsistensinya di antara produk saingan.

3. Bagi Almamater

Hasil penelitian dapat menambah referensi mengenai penelitian manajemen pemasaran terkait dengan kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri Sofyan. 2011. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: Grafindopersada.
- Assauri Sofjan. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- B. Alma. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Bandung: Alfabeta.
- B. Alma. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Kesembilan. Bandung: Alfabeth.
- Bob Sabran. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Cahyono. 2015. *Strategic Management*. Jakarta: Salemba Empat.
- Chaffey. 2014. *E-Business and E-Commerce Management : Strategy, Implementation, and Practice*. Pearson Education.
- Danang Sunyoto. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: CAPS.
- Daryanto dan Ismanto Setyobudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Malang: Gaya Media.
- Dwi Priyatno. 2009. *5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 17*. Yogyakarta : Andi.
- Fandy Tjiptono. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Fandy Tjiptono. dan Diana Anastasia. 2009. *Prinsip dan Dinamika Pemasaran* Yogyakarta: J & J Learning.
- Fandy Tjiptono. 2010. *Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ghozali Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hana Ofela dan Sasi Agustin. 2016. Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepercayaan dan dampaknya pada keputusan pembelian kebab kingabi, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, vol 5, no 1.
- Inka Janita Sembiring, Suharyono, dan Andriani Kusumawati. 2014. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan McDonald’s MT.Haryono Malang)”. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*.

Karim Azizah. 2012. *Pengaruh Biaya Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Kerupuk Kelempang "Dahliah" 1 Ulu Darat Palembang*. Jurnal Ilmiah. *Volume IV No.2, 2012* STIE Aprin: Palembang.

Manap A. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Mitra Wacana Media. Jakarta: Alfi Ranita Sinaga.

Maulana G. 2016. *Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Sugar Tribe*. *Jurnal Eproceeding, Universtias Telkom, Volume 2, No 3*.

M. Daniel. 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian Untuk Perencanaan*. Jakarta: UI-Press.

Nasution. 2015. *Manajemen Mutu Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Nur Indriantoro dan Bambang Supomo. 2009. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE.

P.R. Smith. 2001. *Marketing Communications: An Integrated Approach*, 3rd edition. London: Kogan Page.

Philip Kotler and Gary Armstrong. 2014. *Principle of Marketing*, 15 Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Philip Kotler and Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Philip Kotler and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Philip Kotler dan Keller, Kevin Lane. 2016. *Marketing Management*. 15th Edition, Pearson Education Limited.

Philip Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

Philip Kotler. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.

Philip Kotler. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Indeks.

Rina Sukmawati. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen *Garden Cafe* Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta". *Jurnal Manajemen Vol. 1 No. 3*.

Roderick B. dan Gregory B. J. 2008. Investigating the service: A customer value perspective. *Journal of Business Research. Vol 62. No 7, hal 345-355*.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Usmara A. 2008. *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Amara Books.

Valerie A.Z. 2013. “*SERVQUAL : A Multiple-Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality*”. *Journal of Petaling*.

Wijaya T. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Kembangan-Jakarta Barat: Indeks.

Zeithaml & Bitner. 2009. *Service Marketing - Integrating Customer Focus Accross The Firm*. Forth Edition. New York: McGraw Hill.

Zulian Yamit. 2014. *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia