

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada NUsantara Mart Rejotangan Tulungagung” ini ditulis oleh Achmad Daviv Bintama Putra, NIM. 17402153017, jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung dengan pembimbing Dr. Muhammad Aswad, M.A.

Tingkat persaingan yang sangat ketat antar minimarket menjadikan kepuasan konsumen sebagai sebab utama untuk melancarkan kegiatan penjualan. Salah satu cara untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada minimarket adalah memperhatikan harga, kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan lokasi agar konsumen merasa puas. Dengan timbulnya kepuasan maka konsumen akan datang kembali ke minimarket tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data primer, pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Alat analisis dalam penelitian ini yaitu menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil uji t variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel kelengkapan produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dan variabel lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan hasil pengujian secara simultan uji F terdapat pengaruh secara signifikan variabel harga, kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil uji determinasi diketahui nilai *adjusted R square* kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel independen, yaitu harga, kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan lokasi sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.

*Kata kunci: harga, kualitas pelayanan, kelengkapan produk, lokasi dan kepuasan konsumen*

## ABSTRACT

Thesis with the title "Effect of Price, Service Quality, Product Completeness and Location on Consumer Satisfaction in the NUantara Mart Rejotangan Tulungagung" was written by Achmad Daviv Bintama Putra, NIM. 17402153017, majoring in Islamic Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, IAIN Tulungagung with advisor Dr. Muhammad Aswad, M.A.

Very tight level of competition between minimarkets makes customer satisfaction the main reason for launching sales activities. One way to increase consumer satisfaction with minimarkets is to pay attention to price, service quality, product completeness and location so that consumers feel satisfied. With the onset of satisfaction, consumers will come back to the minimarket.

This study uses a quantitative approach to the type of associative research. In this study the type of data used is primary data, the measurement in this study uses ascale *Likert*. The analytical tool in this research is to use Multiple Linear Regression Analysis.

The results of this study indicate that the results of the t test of price variables significantly influence customer satisfaction, service quality variables do not significantly influence customer satisfaction, product completeness variables significantly influence customer satisfaction and location variables do not significantly influence consumer satisfaction. While the results of the simultaneous F test have a significant effect on the price, service quality, product completeness and location variables on customer satisfaction. From the results of the determination test it is known that the value of *adjusted R square* customer satisfaction is influenced by the independent variables, namely price, service quality, product completeness and location while the rest is explained by other variables outside the study.

*Keywords: price, service quality, product completeness, location and customer satisfaction*