

**PENGARUH PROMOSI, KEMUDAHAN TRANSAKSI DAN
LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PT PRIMA FOOD INTERNASIONAL
(Studi Kasus Kecamatan Ilir Timur I Kota Palembang)**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Manajemen**



Diajukan Oleh:

**BEBI MISAEEL
NPM. 22.01.11.0068**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TRIDINANTI
2026**

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama	: BEHI MISRAEL
Numor Pokok/NPM	: 22.01.11.0068
Jurusan/Program Studi	: MANAJEMEN
Jenjang Pendidikan	: STRATA I
Mata Kuliah Pokok	: MANAJEMEN PEMASARAN
Judul Skripsi	: PENGARUH PROMOSI, KEMUDAHAN TRANSAKSI DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT PRIMA FOOD INTERNASIONAL (Studi Kasus Kecamatan Ilir Timur I Kota Palembang)

Pembimbing Skripsi:

Tanggal 14 Oktober 2026 Pembimbing I : Muhammad Said, S.E., M.Si
NIDN:0217046401

Tanggal 14/10/2026 Pembimbing II : Suharti, S.E., M.M
NIDN:0220086501

Mengetahui:

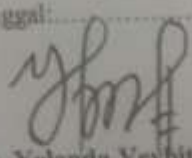
Dekan,

Tanggal 14/10/2026

Ketua Program Studi

Tanggal:


Dr. Hi. Msy. Mikial, S.E., M.Si, Ak.CA, CSRS
NIDN: 0205026401


Dr. Yolanda Veybitha, S.E., M.Si
NIDN:0226028303

162 /PS/DFEB/26

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : BEBI MISAEI
Nomor Pokok/NPM : 22.01.11.0068
Jurusan/Program Studi : MANAJEMEN
Jenjang Pendidikan : STRATA I
Mata Kuliah Pokok : MANAJEMEN PEMASARAN
Judul Skripsi : PENGARUH PROMOSI, KEMUDAHAN
TRANSAKSI DAN LOKASI TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA PT PRIMA
FOOD INTERNASIONAL (Studi Kasus
Kecamatan Ilir Timur I Kota Palembang)

Penguji Skripsi:

Tanggal 14 Oktober 2026 Ketua Penguji: Muhammad Said, S.E., M.Si
NIDN: 0217046401

Tanggal 14/10/2026 Penguji I : Subarti, S.E., M.M
NIDN: 0226106101

Tanggal 14/10/2026 Penguji II : Dr. Yolanda Veybitha, S.E., M.Si
NIDN: 0226028303

Mengesahkan:

Dekan,

Tanggal 14/10/2026



Dr. Hj. Misy, Mikial, S.E., M.Si, Ak, CA, CSRS
NIDN: 0205026401

Ketua Program Studi

Tanggal 14/10/2026

Dr. Yolanda Veybitha, S.E., M.Si
NIDN: 0226028303

162 /PS/DFEB/26

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Kesuksesan bukan milik orang yang tidak pernah gagal, tetapi milik mereka yang terus berusaha, belajar dan berdoa”

Persembahan:

Skripsi Ini Kupersembahkan Untuk :

- ❖ Allah Subhanahu Wa Ta'ala
- ❖ Ayah dan Almh mama tercinta dan
saudara-saudaraku tersayang
- ❖ Almamaterku

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bebi Misael
NPM : 2201110068
Program Studi : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1 (S.I)
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sendiri dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi dengan peraturan yang berlaku.

Palembang, Oktober 2026

Penulis

A handwritten signature in black ink is written over a rectangular stamp. The stamp contains the text 'METER' and '011A0X'.

Bebi Misael

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil ‘Alamin segala puji bagi Allah Subhanahu Wa Ta’ala dan rasa syukur yang luar biasa atas nikmat sehat, nikmat iman, nikmat islam dan berkat rahmat dan hidayah-Nya pula sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal ini yang berjudul **“Pengaruh Promosi, Kemudahan Transaksi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Prima Food Internasional (Studi Kasus Kecamatan Ilir Timur I Kota Palembang)”**.

Dalam penulisan proposal ini, peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penyajiannya yang mungkin disebabkan oleh keterbatasan serta kemampuan yang peneliti miliki. Tetapi dengan bantuan, bimbingan, masukan, dan dorongan semangat serta kesabaran yang diberikan oleh semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan jadwal waktu yang telah direncanakan.

Dengan selesainya penelitian ini, peneliti mengucapkan syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta’ala dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Edizal, AE, M.S selaku Rektor Universitas Tridinanti.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, S.E, M.Si, Ak, CA, CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tridinanti yang telah memberikan bimbingan dan pengetahuan selama studi.
3. Ibu Dr. M. Ima Andriyani, S.E, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tridinanti yang telah memberikan bimbingan dan pengetahuan selama studi.
4. Ibu Dr. Yolanda Veybhita, S.E, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti yang telah memberikan bimbingan dan pengetahuan selama studi.
5. Bapak Muhammad Said, S.E, M.S.i selaku Dosen Pembimbing Pertama yang telah berusaha keras memberikan bimbingan guna penyelesaian proposal ini.
6. Ibu Suharti, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah berusaha keras memberikan bimbingan guna penyelesaian proposal ini.

7. PT. Prima Food Internasional Cabang Palembang yang telah bersedia memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian.
8. Seluruh keluarga, sahabat dan teman-teman yaitu Pereti, Eva, Putri, Tya, Desi, Lasmana, Bunga, Septa, Hana, Melani yang selalu memberikan motivasi dan semangat.
9. Terima kasih kepada semua pihak yang sudah terkait dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Palembang, Oktober 2026
Peneliti

Bebi Misael

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teoritis	11
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran.....	11
2.1.2.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	12
2.1.2.1 Dimensi Kepuasan Konsumen.....	13
2.1.2.1 Indikator Kepuasan Konsumen	13
2.1.3.1 Pengertian Promosi.....	14
2.1.3.2 Dimensi Promosi	15
2.1.3.3 Indikator Promosi	16
2.1.4.1 Pengertian Kemudahan Transaksi	16
2.1.4.2 Dimensi Kemudahan Transaksi.....	17
2.1.4.3 Indikator Kemudahan Transaksi.....	18
2.1.5.1 Pengertian Lokasi	18
2.1.5.2 Dimensi Lokasi.....	19
2.1.5.3 Indikator Lokasi.....	19

2.2 Penelitian Yang Relevan.....	20
2.3 Kerangka Berpikir	23
2.4 Hipotesis	24

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	25
3.1.1 Tempat Penelitian	25
3.1.2 Waktu Penelitian.....	25
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	26
3.2.1 Sumber Data	26
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	26
3.3 Populasi, Sampel, dan Sampling	27
3.3.1 Populasi	27
3.3.2 Sampel	28
3.3.3 Teknik Sampling.....	29
3.4 Rancangan Penelitian.....	31
3.5 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	32
3.5.1 Variabel Penelitian	32
3.5.2 Definisi Operasional	32
3.6 Instrumen Penelitian	35
3.7 Uji Instrumen.....	36
3.7.1 Uji Validitas.....	36
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	37
3.8 Uji Asumsi Klasik	37
3.9 Teknik Analisis Data	40
3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	40
3.9.2 Uji Koefisien Korelasi	41
3.9.3 Uji Koefisien Determinasi	41
3.10 Uji Hipotesis	42
3.10.1 Uji t (Parsial)	42
3.10.2 Uji F (Simultan).....	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Perusahaan	46
4.1.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	46
4.1.1.2	Struktur Organisasi	46
4.1.2	Karakteristik Responden.....	47
4.2	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	50
4.2.1	Uji Validitas.....	50
4.2.2	Uji Realiabilitas	53
4.3	Hasil Analisis Data	56
4.3.1	Uji Asumsi Klasik	56
4.3.1.1	Uji Normalitas	56
4.3.1.2	Uji Multikolinieritas	57
4.3.1.3	Uji Heteroskedastisida	58
4.3.2	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	58
4.3.3	Hasil Koefisien Korelasi.....	60
4.3.4	Hasil Koefisien Determinasi.....	62
4.4	Uji Hipotesis Statistik.....	62
4.4.1	Uji F (Pengujian Hipotesis Secara Simultan).....	63
4.4.2	Uji t (Pengujian Hipotesis Secara Persial).....	64
4.5	Pembahasan	67

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	70
5.2	Saran	70

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Tahun 2024-2025	4
Tabel 2.1 Penelitian Yang Relevan	20
Tabel 3.1 Kegiatan Penelitian	25
Tabel 3.2 Jumlah Konsumen	27
Tabel 3.3 Instrumen Penelitian	33
Tabel 3.4 Pemberian Bobot Skor Skala <i>Likert</i>	36
Tabel 3.5 Intepretasi Nilai R	41
Tabel 4.1 Karaktristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2 Karaktristik Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4.3 Karaktristik Responden Berdasarkan Status	49
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	50
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan Transaksi	51
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi	52
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kemudahan Transaksi	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lokasi	55
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen	55
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	56
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas	57
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisida	58
Tabel 4.15 Hasil Analisa Linier Berganda	59
Tabel 4.16 Inteprtasi Nilai R	61
Tabel 4.17 Hasil Koefisien Korelasi	61
Tabel 4.18 Hasil Koefisien Determinasi	62
Tabel 4.19 Hasil Uji Secara Parsial	63
Tabel 4.20 Hasil Uji Secara Simultan	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	23
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	47

ABSTRAK

Bebi Misael, Pengaruh Promosi, Kemudahan Transaksi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Prima Food Internasional Cabang Palembang, (Di bawah bimbingan Bapak Muhammad Said, S.E, M.Si dan Ibu Suharti, S.E, M.M)

Perkembangan sektor ritel modern di Indonesia mengalami peningkatan pesat seiring perubahan kebutuhan dan preferensi masyarakat yang mengutamakan kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan. Kemajuan teknologi dan tingginya mobilitas turut mendorong perubahan pola konsumsi, di mana konsumen kini lebih memilih tempat belanja yang praktis, rapi, serta memiliki pelayanan yang efisien.

Perusahaan dituntut untuk mampu memasarkan produk dengan baik. Penelitian ini dilakukan pada PT. Prima Food Internasional Cabang Palembang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis dan membuktikan pengaruh Promosi, Kemudahan Transaksi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen.

Pertimbangan yang diambil adalah konsumen pada PT. Prima Food Internasional Cabang Palembang yang berjumlah 99 konsumen sebagai responden. Variabel yang digunakan yaitu promosi, kemudahan transaksi dan lokasi sebagai variabel independen dan kepuasan konsumen sebagai variabel dependen. Dari hasil kesimpulan penelitian menyatakan bahwa secara simultan promosi, kemudahan transaksi dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, secara parsial promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, secara parsial kemudahan transaksi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, secara parsial lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Promosi, Kemudahan Transaksi, Lokasi, Kepuasan Konsumen

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tingkat persaingan dunia usaha di Indonesia sangat ketat, karena setiap perusahaan senantiasa berusaha untuk dapat meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru. Perusahaan harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan memenangi persaingan, sehingga tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai. Pada dasarnya semakin banyak pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan harapannya, sehingga konsekuensi dari perubahan tersebut adalah pelanggan menjadi lebih cermat dan pintar menghadapi setiap produk yang diluncurkan.

Perkembangan sektor ritel modern di Indonesia mengalami peningkatan pesat seiring perubahan kebutuhan dan preferensi masyarakat yang mengutamakan kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan. Kemajuan teknologi dan tingginya mobilitas turut mendorong perubahan pola konsumsi, di mana konsumen kini lebih memilih tempat belanja yang praktis, rapi, serta memiliki pelayanan yang efisien.

Promosi salah satu variabel di dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam pemasaran produk atau jasanya. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program strategi pemasaran. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam

kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai keinginan dan kebutuhannya. Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Promosi merupakan upaya yang dapat dilakukan untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus senantiasa membanjiri konsumen dengan berbagai informasi mengenai produk (Astuti, Ardila, & Lubis, 2023).

Kemudahan transaksi menjadi salah satu faktor yang penting karena merupakan hal dasar yang dibutuhkan konsumen. Kemudahan transaksi sangat diperlukan dengan memberikan dan memenuhi fasilitas dan respon sesuai keinginan konsumen. Kemudahan transaksi yang makin baik seperti memberikan pelayanan pembayaran digital akan dapat memuaskan konsumen. Persepsi seseorang tentang kemudahan penggunaan teknologi adalah apa yang kami maksud ketika kami berbicara tentang "kemudahan transaksi" (Adhitya & Fauziah, 2023).

Selain faktor kemudahan transaski, lokasi juga merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu bisnis. Lokasi yang baik menjamin tersedianya akses yang cepat dapat menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola berbelanja dan pembelian konsumen. Lokasi menunjukan kegiatan yang dilakukan produsen untuk menjadikan produk yang dihasilkan dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen pada tempat dimanapun konsumen berada. Karena hal tersebut juga merupakan faktor untuk bisa mengkaji tentang kepuasan konsumen lokasi yang baik, dimana dalam penerapan strategi tersebut pemilik usaha dapat menentukan harga

yang sesuai dengan kualitas dan menetapkan lokasi yang strategis dan juga mudah dijangkau.

PT Primafood International adalah perusahaan yang bergerak di bidang distribusi dan ritel makanan, khususnya produk olahan ayam, telur, dan daging beku. Perusahaan ini merupakan anak perusahaan dari PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk, yang dikenal sebagai salah satu perusahaan pakan ternak dan pangan terbesar di Indonesia. Salah satu cabang di Sumatera Selatan yaitu di Prima Mart Dwikora, Jalan Dwikora I No.1358 Sungai Pangeran, Kecamatan Ilir Timur I, Kota Palembang. Berikut adalah data penjualan dari PT Primafood International Cabang Palembang:

Tabel 1.1
Jumlah Penjualan 2024-2025

Tahun	Bulan	Jumlah Penjualan
2024	Januari	Rp 2,239,211.92
	Februari	Rp 735,919.49
	Maret	Rp 940,843.19
	April	Rp 898,591.48
	Mei	Rp 712.436
	Juni	Rp 1,592,764.30
	Juli	Rp 1,962,933
	Agustus	Rp 1,850,252
	September	Rp 2,302,959
	Oktober	Rp 2,508,960
	November	Rp 2,430,609
	Desember	Rp 2,915,651
2025	Januari	Rp 2,592,908
	Februari	Rp 2,767,625
	Maret	Rp 3,145,055
	April	Rp 2,319,635
	Mei	Rp 1,750,701
	Juni	Rp 1,590,863
	Juli	Rp 2,277,228
	Agustus	Rp 2,322,301
	September	Rp 2,493,803
	Oktober	Rp 2,730,057
	November	Rp 2,821,348
	Desember	Rp 2,743,325

Sumber: Dikelola oleh PT Prima Food Internasional (2026)

Berdasarkan data penjualan tahun 2024–2025, terlihat bahwa penjualan mengalami fluktuasi (naik–turun) dari bulan ke bulan. Pada tahun 2024, penjualan sempat rendah di Februari–Mei, kemudian meningkat cukup signifikan hingga mencapai puncak di Desember. Sementara itu, pada tahun 2025 penjualan menunjukkan tren awal yang lebih tinggi dibanding tahun sebelumnya (Januari-Maret), namun kembali mengalami penurunan di pertengahan tahun (Mei–Juni) sebelum kembali meningkat hingga akhir tahun meskipun tidak setinggi Desember 2024. Kondisi ini menunjukkan bahwa penjualan belum stabil dan dipengaruhi oleh berbagai

faktor, seperti efektivitas promosi, kemudahan transaksi, serta lokasi yang mungkin belum optimal dalam menarik dan mempertahankan konsumen. Fluktuasi ini menjadi indikasi adanya permasalahan dalam menciptakan kepuasan konsumen secara konsisten, sehingga perlu evaluasi terhadap strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan.

Promosi merupakan salah satu strategi penting yang digunakan perusahaan untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan penjualan. Pada PT Prima Food Internasional Cabang Palembang, promosi dilakukan melalui berbagai cara seperti pemberian diskon, penawaran paket hemat, serta pemanfaatan media sosial dan platform digital untuk menyampaikan informasi produk kepada konsumen. Promosi ini berperan sebagai faktor awal yang mendorong minat beli dan menarik konsumen untuk datang berbelanja. Namun, dalam praktiknya promosi yang dilakukan belum sepenuhnya mampu menciptakan kepuasan konsumen secara berkelanjutan, karena sebagian konsumen hanya tertarik saat adanya promosi dan tidak selalu melakukan pembelian ulang setelah promosi berakhir. Hal ini menunjukkan bahwa promosi lebih berfungsi sebagai pemicu awal dibandingkan sebagai faktor yang mampu mempertahankan kepuasan, sehingga perlu adanya evaluasi strategi promosi agar tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga mampu memenuhi harapan konsumen dan meningkatkan kepuasan secara keseluruhan.

Kemudahan transaksi menjadi salah satu faktor penting dalam perilaku konsumen di era digital saat ini, di mana masyarakat semakin mengutamakan kecepatan, kepraktisan, dan efisiensi dalam berbelanja. Pada PT Prima Food

Internasional Cabang Palembang, kemudahan transaksi diwujudkan melalui berbagai metode pembayaran seperti tunai, kartu debit/kredit, transfer dari bank atau qris hingga pembayaran digital (*cashless*) yang memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian. Selain itu, proses transaksi yang cepat dan tidak berbelit juga menjadi nilai tambah dalam memberikan kenyamanan kepada konsumen. Namun demikian, dalam praktiknya masih terdapat kemungkinan kendala seperti sistem pembayaran yang kurang optimal atau antrean yang cukup panjang, sehingga dapat mempengaruhi pengalaman berbelanja konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan transaksi tidak hanya berperan dalam menarik konsumen, tetapi juga menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan, sehingga perlu terus ditingkatkan agar sesuai dengan harapan konsumen di era modern.

Lokasi merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan dan kepuasan konsumen dalam berbelanja. PT Prima Food Internasional Cabang Palembang memiliki lokasi yang cukup banyak dan tersebar di beberapa titik strategis sehingga memudahkan konsumen untuk menjangkau tempat berbelanja. Keberadaan banyak cabang ini memberikan keuntungan berupa kemudahan akses dan fleksibilitas bagi konsumen dalam memilih lokasi yang paling dekat. Namun demikian, tidak semua lokasi memiliki kondisi yang sama, di mana masih terdapat beberapa cabang yang kurang optimal dari segi akses jalan, keterbatasan area parkir, maupun tingkat kenyamanan lingkungan. Kondisi tersebut dapat mempengaruhi pengalaman konsumen saat berbelanja dan berpotensi menurunkan tingkat kepuasan. Adapun lokasi usaha sebenarnya cukup strategis, namun dalam kondisi tertentu seperti kemacetan lalu

lintas, akses menuju lokasi menjadi kurang nyaman dan membutuhkan waktu yang lebih lama. Hal ini dapat mengurangi minat konsumen untuk berkunjung, terutama bagi konsumen yang mengutamakan kecepatan dan kemudahan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa meskipun lokasi memiliki potensi yang baik, hambatan akses seperti kemacetan tetap dapat mempengaruhi pengalaman dan kepuasan konsumen, sehingga perlu menjadi perhatian dalam meningkatkan kualitas layanan secara keseluruhan.

Kepuasan konsumen merupakan tujuan utama yang ingin dicapai oleh setiap perusahaan, karena berkaitan langsung dengan keberlanjutan usaha dan loyalitas pelanggan. Pada PT Prima Food Internasional Cabang Palembang, kepuasan konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk yang ditawarkan, tetapi juga oleh berbagai faktor seperti promosi, kemudahan transaksi, dan lokasi. Promosi yang menarik dapat membentuk harapan konsumen sebelum membeli, kemudahan transaksi memberikan kenyamanan dalam proses pembelian, sedangkan lokasi yang strategis memudahkan akses bagi konsumen. Namun demikian, dalam praktiknya masih terdapat ketidaksesuaian antara harapan dan pengalaman yang dirasakan oleh konsumen, seperti promosi yang tidak selalu berlanjut, proses transaksi yang terkadang kurang efisien, serta kondisi lokasi yang belum sepenuhnya optimal. Sehingga dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, sehingga perusahaan perlu terus melakukan evaluasi dan perbaikan agar mampu memenuhi harapan konsumen secara konsisten.

Berdasarkan berbagai macam permasalahan dan keluhan keluhan yang muncul dari konsumen di PT. Primafood Internasional Cabang Palembang, maka penulis sangat menarik untuk meneliti lebih lanjut permasalahan ini dan mengangkatnya kedalam sebuah karya ilmiah berbentuk skripsi adapu judul dalam penelitian ini adalah **“Pengaruh Promosi, Kemudahan Transaksi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Prima Food Internasional Studi Kasus Kecamatan Ilir Timur I Kota Palembang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan uraian di atas maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

- 1) Apakah ada pengaruh promosi secara parsial terhadap kepuasan konsumen Pada PT. Prima Food Internasional Studi Kasus Kecamatan Ilir Timur I Kota Palembang?
- 2) Apakah ada pengaruh kemudahan transaksi secara parsial terhadap kepuasan konsumen Pada PT. Prima Food Internasional Studi Kasus Kecamatan Ilir Timur I Kota Palembang?
- 3) Apakah ada pengaruh lokasi secara parsial terhadap kepuasan konsumen Pada PT. Prima Food Internasional Studi Kasus Kecamatan Ilir Timur I Kota Palembang?

- 4) Apakah ada pengaruh promosi, kemudahan transaksi dan lokasi secara simultan terhadap kepuasan konsumen Pada PT. Prima Food Internasional Studi Kasus Kecamatan Ilir Timur I Kota Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang akan diteliti, maka tujuan penelitian untuk mengetahui, menganalisis dan membuktikan:

- 1) Pengaruh promosi secara parsial terhadap kepuasan konsumen Pada PT. Prima Food Internasional Studi Kasus Kecamatan Ilir Timur I Kota Palembang
- 2) Pengaruh kemudahan transaksi secara parsial terhadap kepuasan konsumen Pada PT. Prima Food Internasional Studi Kasus Kecamatan Ilir Timur I Kota Palembang
- 3) Pengaruh lokasi secara parsial terhadap kepuasan konsumen Pada PT. Prima Food Internasional Studi Kasus Kecamatan Ilir Timur I Kota Palembang
- 4) Pengaruh promosi, kemudahan transaksi dan lokasi secara simultan terhadap kepuasan konsumen Pada PT. Prima Food Internasional Studi Kasus Kecamatan Ilir Timur I Kota Palembang

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, yaitu bagi peneliti, akademis, dan perusahaan.

a. Bagi Peneliti

Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan yang lebih luas. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya. Penelitian ini juga merupakan syarat peneliti untuk menyelesaikan program S1 Manajemen Universitas Tridinanti.

b. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen khususnya ilmu manajemen pemasaran yang berhubungan dengan strategi promosi, kemudahan transaksi, lokasi dan kepuasan konsumen.

c. Bagi Tempat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan, bahan pertimbangan, serta memecahkan masalah kepada tempat penelitian dalam meningkatkan kepuasan konsumen utamanya yang menyangkut bidang-bidang yang berkaitan dengan strategi promosi, kemudahan transaksi, lokasi dan kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, W. R., & Fauziah, A. (2023). Pengaruh Kemudahan Transaksi, Keamanan Transaksi, Dan Kualitas Pelayanan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Potensi Utama). *MAKREJU:Manajemen Kreatif Jurnal*, Vol 1 No 1.
- Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse. *Jurnal AKMAMI (Akutansi, Manajemen, Ekonomi,)*, Vol 2 No 2.
- Cahya, A. D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Roti Bakar 97). *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, Vol 5 No 1.
- Duan, R. R., Kalangi, J., & Walangitan, O. (2021). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Tobelo. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 9 No 1.
- Gunawan, A. C., & Susanti, F. (2024). Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi "KBP"*.
- Heni, D. A. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Transaksi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pengguna Situs Shopee. *Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah*, Vol 18 No 2.
- Mukti, A., & Aprianti, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kirani Coffee. *Jurnal Bina Manajemen*, Vol 10 No 1.
- Mulyadi, M. N. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Talas Kujang Bogor Untuk Keperluan Usaha Waralaba. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol 10 No 3.
- Nurhalizah, Z. D., & Syamruddin. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada SPBU Pertamina 34-15316, Kota Tangerang Selatan. *SOCIORA*, Vol 2 No 3.
- Radji, D. L., & Kasim, S. (2022). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Delizza Pizza Kota Gorontalo. *Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal AKSARA*, Vol 4 No 1.

- Sibagarian, H. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Mona Fashion. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis* , Vol 4 No 1.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung, Jawa Barat: CV. Alfabeta
- Sundari, W. S., & Wahyunintyas, Y. F. (2023). Pengaruh Diskon Harga, Gratis Ongkir Dan Kemudahan Pembayaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Shopeefood Di Yogyakarta. *Jurnal Tambora*, Vol 7 No 3.
- Supriyanto, A. S., & Maharani, V. (2013). *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia Teori, Kuisisioner dan Analisis Data*. Malang: UIN MALIKI PRESS.
- Syahputra, D., Lubis, J., & Rafika, M. (2025). Pengaruh Lokasi, Promosi, Servicescape, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Bisnis Elektronik. *JURNAL BISNIS MAHASISWA*, Vol 3 No 4.
- Umar, M. A. (2025). Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Syntax Imperatif: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, Vol 6 No 2.
- Utami, A. A. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Dan Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, Vol 3 No 2.
- Wariki, G. M., Mananeke, L., & Tawas, H. (2020). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal EMBA*.

