

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, DAN
KEPUASAN PELANGGAN, TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PRODUK TEMPE MEREK PAKDE DI
PASAR INDUK PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat –Syarat Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi Dan Bisnis**



Diajukan Oleh :

MUHAMMAD KHAFIFUDIN

NPM. 1901110273

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDINANTI

2023

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : MUHAMMAD KHAFIFUDIN
Nomor Pokok/ NIM : 1901110273
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, DAN
KEPUASAN PELANGGAN, TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PRODUK TEMPE MEREK PAKDE DI
PASAR INDUK PALEMBANG

Pembimbing Skripsi
Tanggal 19/9/23 Pembimbing I


: Baidowi Abdhie, SE.M.P
NIDN: (0210116101)

Tanggal 10/9/23 Pembimbing II


: Dra. Yasmina Martini, MM.
NIDN : (0228035901)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Tanggal 18-9-2023


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

Ka. Prodi Manajemen

Tanggal 18-9-2023


Mariyam Zanariah, SE.,MM
NIDN:0222096301



UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : MUHAMMAD KHAFIFUDIN
Nomor Pokok/ NIM : 1901110273
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, DAN
KEPUASAN PELANGGAN, TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PRODUK TEMPEMEREK PAKDE DI
PASAR INDUK PALEMBANG


Penguji Skripsi
Tanggal 26/12/23 Ketua Penguji


: Baidowi Abdhie, SE., MP
NIDN: (0210116101)

Tanggal 27/12/23 Penguji I


: Dra. Yasmina Martini, MM.
NIDN : (0228035901)

Tanggal 27/12/23 Penguji II


: H. Hisbullah, SE., M.Si
NIDN : (0212016201)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ka. Prodi Manajemen

Tanggal 18-9-2023

Tanggal 18-9-2023



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


Mariyam Zanariah, SE., MM
NIDN:0222096301

MOTTO DAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu”

(Umar bin Khattab)

Persembahan :

Skripsi ini Kupersembahkan kepada :

- ❖ Allah SWT**
- ❖ Kedua OrangTua**
- ❖ Saudara-saudara dan Keluarga**
- ❖ Dosen Pembimbing Skripsiku Bapak Baidowi Abdhie dan Ibu Yasmina Martini**
- ❖ Rekan-rekanku dirumah dan Squad Kamboja**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Khafifudin

Nomor Pokok : 1901110273

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : S.1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan, Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Tempe Merek Pakde di Pasar Induk Palembang”, adalah benar hasil karya saya sendiri yang ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala konsekuensinya.

Palembang, Maret 2023

Y: _____ ataan



Muhammad Khafifudin

KATA PENGANTAR

AssalamualaikumWr.Wb

Puji syukur kehadiran ALLAH SWT atas rahmat dan karunia-Nya yang diberikan kepada peneliti, sehingga proposal yang berjudul:“Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Tempe Merek Pakde Di Pasar Induk Palembang” dapat diselesaikan dengan baik. Proposal ini disusun untuk memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti Palembang. Penyelesaian proposal ini tidak terlepas dari kontribusi banyak pihak yang telah member dukungan dan bantuan kepada penulis. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Ir. Hj Manisah, MP. Selaku Rektor Universitas Tridinanti Palembang.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE., MSi. AK. CA. CSRS, selaku Dekan Universitas Tridinanti Palembang.
3. Ibu Dr. M Ima Andriyani, SE., M.Si. selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.
4. Ibu Mariyam Zanariah, SE.,MM, selaku Ketua Program Studi Universitas Tidinanti Palembang.
5. Bapak Baidowi Abdhie, SE,M.P dan Ibu Dra.Yasmina Martini, MM. selaku pembimbing I dan Pembimbing II yang dengan ikhlas dan sabar dalam membimbing saya untuk menyelesaikan laporan proposal skripsi ini.

6. Seluruh Bapak/Ibu dosen dan Staf Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang yang telah memberikan ilmu selama ini.
7. Pimpinan serta seluruh pegawai Tempe Merek Pakde Kota Palembang yang telah memberikan izin kepada peneliti melaksanakan penelitian dan membantu peneliti dalam memperoleh data yang peneliti perlukan.
8. Kedua Orang tua dan keluarga besar saya yang telah mendukung dan memberikando'a restu.
9. Teman-teman yang sudah sangat berpartisipasi memberikan semangat.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu menyusun laporan ini dan mohon maaf atas segala bentuk kekurangan yang ada. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak. Dan mudah-mudahan amal baik dan bantuan yang telah diberikan mendapat pahala yang melimpah dari Allah SWT.

WassalamualaikumWr.Wb

Palembang, Maret 2023

Muhammad Khafifudin

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PROPOSAL	ii
MOTO DAN PERSEMBAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori.....	6
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	6
2.2. Persepsi Kualitas Produk	7
2.2.1. Pengertian Persepsi Kualitas Produk.....	7
2.2.2. Proses Terjadinya Persepsi Kualitas Produk	8
2.2.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Kualitas Produk	9
2.2.4. Indikator dan Dimensi Persepsi Kualitas Produk.....	10
2.3. Kepuasan Pelanggan	11
2.3.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	11
2.3.2. Elemen Kepuasan Pelanggan	13
2.3.3. Dimensi Kepuasan Pelanggan	14
2.3.4. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	14
2.4. Loyalitas Pelanggan	15
2.4.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan	15
2.4.2. Hubungan Loyalitas Pelanggan Terhadap Loyalitas	16
2.4.3. Indikator dan Dimensi Loyalitas Pelanggan	16
2.5. Penelitian Yang Relevan	17
2.6. Kerangka Berfikir.....	19
2.7. Hipotesis Penelitian	20

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	21
3.1.1. Tempat Penelitian	21
3.1.2. Waktu Penelitian	21
3.2. Sumber Data dan Teknik Penelitian Data	22
3.2.1 Sumber Data.....	22
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.3 Populasi, Sampel, dan Sampling	23
3.3.1 Populasi.....	23
3.3.2 Sampel.....	24
3.3.3. Sampling	24
3.4. Rancangan Peneliiian	25
3.5. Variabel dan Definisi Operasional	25
3.5.1. Variabel Penelitian	25
3.5.2. Definisi Operasional	26
3.6. Instrumen Penelitian.....	29
3.6.1. Uji Validitas	29
3.6.2. Uji Reliabilitas	30
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	30
3.7 Teknik Analisis Data	32
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif	32
3.7.2 Analisis Statistik Inferensial	33
3.7.2.1. Analisis Regresi Linier Berganda	33
3.7.2.2. Koefisien Regresi.....	33
3.7.2.3. Analisis Koefisien Korelasi.....	34
3.8. Uji Hipotesis Statistik	35
3.8.1. Uji Signifikan (uji F)	35
3.8.2. Uji t	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	38
4.1.1 Gambaran Singkat Perusahaan	38
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	39
4.1.3 Struktur Organisasi	40
4.2 Uji Validitas	41
4.2.1 Uji Reliabilitas	43
4.3 Analisis Statistik	45
4.3.1 Uji Statistik Deskriptif.....	45
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	46
4.3.3 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	48
4.3.4 Hasil Koefisien Korelasi.....	50
4.3.5 Hasil Koefisien Determinasi.....	52

4.4 Uji Hipotesis Statistik	52
4.4.1 Uji f	53
4.4.2 Uji T	54
4.5 Pembahasan.....	56

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran	59

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Lain yang Relevan	18
3.1 Waktu Penelitian	21
3.2 Populasi	23
3.3 Variabel Penelitian dan Indikator.....	26
4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Presepsi.....	41
4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan	42
4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan	42
4.4 Hasil Uji Reabilitas Variabel Presepsi Kualitas.....	43
4.5 Hasil Uji Reabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan	44
4.6 Hasil Uji Reabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	44
4.7 Hasil Analisis Deskriptif.....	45
4.8 Hasil Uji Normalitas	46
4.9 Hasil Uji Multikolinieritas	47
4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	48
4.11 Hasil Analisis Linier Berganda	49
4.12 Interpretasi Nilai	50
4.13 Hasil Uji Korelasi.....	51
4.14 Hasil Koefisien Determinasi	52
4.15 Hasil Uji Secara Simultan (F)	53
4.16 Hasil Uji Secara Parsial (T)	54

DAFTAR GAMBAR

1.1. Kerangka Berfikir.....	19
-----------------------------	----

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan merupakan prioritas utama yang harus dipenuhi oleh produsen yang bergerak dibidang bisnis khususnya industri tempe Pakde yang pembuatannya terdapat di Kelurahan Bukit Sangkal Kecamatan Kalidoni Palembang sedangkan market (penjualannya) di Pasar Induk Palembang, karena dengan timbulnya kepuasan pelanggan akan membuat pelanggan melakukan pembelian ulang terhadap produk tempe tersebut, dengan demikian perusahaan akan mampu mempertahankan usahanya agar tetap berjalan. Untuk dapat memberikan rasa puas terhadap pelanggan salah satunya adalah dengan menghasilkan kualitas produk yang baik. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apakah Kualitas Produk Tempe Pakde Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan ? Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa Apakah Kualitas Produk Tempe Pakde di pasar induk Palembang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan (Field Research) dengan metode pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah 627 orang. Penentuan sampel menggunakan teknik random sampling dan pemilihan sampel penelitian menggunakan rumus slovin sehingga besarnya sampel adalah 86 orang. Analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan program SPSS 22.

Berdasarkan hasil penghitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh 0,515. Hal ini berarti 51,5% variabel loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel persepsi kualitas produk dan kepuasan pelanggan sedangkan sisanya sebesar 48,5% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak ikut diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas produk, dan kepuasan pelanggan, terhadap loyalitas pelanggan

ABSTRACT

Customer satisfaction is a top priority that must be fulfilled by producers engaged in business, especially the Pakde tempe industry, whose manufacture is located in Bukit Sangkal Village, Kalidoni District, Palembang while the market (sales) is in the Palembang Main Market, because customer satisfaction will make customers make repeat purchases. towards the tempe product, thus the company will be able to maintain its business so that it continues to run. To be able to give a sense of satisfaction to customers one way is to produce good quality products. The formulation of the problem in this study is Does the Quality of Tempe Pakde Products Affect Customer Satisfaction? The purpose of this research is to know and analyze

Does the quality of Tempe Pakde products in the Palembang main market affect customer satisfaction. This research is included in field research (Field Research) with a quantitative approach method. The data used is primary data. The population in this study were 627 people. Determination of the sample using random sampling technique and the selection of research samples using the slovin formula so that the sample size is 86 people. Data analysis used simple linear regression analysis using the SPSS 22 program.

Based on the results of the regression calculation, it can be seen that the coefficient of determination (R^2) obtained is 0.515. This means that 51.5% of the customer loyalty variable can be explained by the variable perception of product quality and customer satisfaction while the remaining 48.5% is explained by other factors that are not included. examined in this study.

Keywords: Product quality, and customer satisfaction, to customer loyalty

RIWAYAT HIDUP

Muhammad Khafifudin lahir pada tanggal 27 Februari 1998 di kota Palembang Sumatera Selatan. Merupakan anak ke empat dari lima bersaudara. Ayah yang bernama Cahyono dan Ibu Sunarti. Muhammad Khafifudin memulai pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 59 di Kota Palembang dan di selesaikan pada tahun 2010, kemudian melanjutkan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 50 di kota Palembang dan selesai pada tahun 2013, selanjutnya menyelesaikan Sekolah Menengah Atas yang berstandar Islami yang dinamakan Man 1 di kota Pekalongan Jawa Tengah selesai pada tahun 2016, kemudian Muhammad Khafifudin melanjutkan pendidikan di suatu Perguruan Tinggi di Universitas Tridinanti Palembang Sumatera Selatan mengambil S1 Program Studi Manajemen Ekonomi dan Bisnis pada tahun 2019.

Dengan ketekunan, motivasi tinggi untuk terus belajar dan berusaha. Muhammad Khafifudin telah berhasil menyelesaikan pengerjaan tugas akhir skripsi ini.

Semoga dengan penulisan tugas akhir skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia sebagai negara yang masih berkembang, memiliki masalah sosial yang masih sulit diatasi yaitu kemiskinan dan pengangguran. Peluang untuk memecahkan masalah ini dengan pelaksanaan pembangunan yang secara sadar nyata dan efektif yang diarahkan untuk menciptakan kesempatan kerja dan meningkatkan serta meratakan pendapatan seluruh rakyat. Angka pengangguran di Indonesia yang masih sangat tinggi disebabkan jumlah angkatan kerja yang banyak dan lapangan pekerjaan yang sempit. Pengangguran adalah seorang yang mampu dan mau melakukan pekerjaan akan tetapi sedang tidak mempunyai pekerjaan (Soeroto, 1983: 13).

Indonesia merupakan salah satu Negara yang agraris. Sebagian besar penduduknya tinggal di pedesaan dengan mata pencahariannya sebagai petani (lingkungan pertanian). Sudaryanto dan syafa'at (2002 :103) mengemukakan bahwa sektor pertanian merupakan sektor utama dalam perekonomian bangsa Indonesia. Hampir semua sektor yang ada di Indonesia tidak lepas dari sektor pertanian. Potensi alam yang dimiliki Indonesia menjadikan Negara Indonesia menjadi Negara yang subur dengan beraneka ragam flora dan fauna yang dapat tumbuh dan berkembang. Sebagai Negara agraris, sebagian besar penduduk Indonesia menjadikan sektor pertanian sebagai sumber kehidupan. Oleh karena itu, perlu ada pembangunan nasional yang bertumpu pada pembangunan pertanian.

Emil Salim (2013:136) mengemukakan bahwa kedelai merupakan salah satu komoditi pertanian yang banyak dikonsumsi oleh aneka industri pangan dan rumah tangga di Indonesia. Kedelai telah banyak diolah menjadi aneka produk makanan bernilai tinggi seperti tahu, tempe, kecap, susu kedelai, dan lain-lain. Kedelai memiliki kandungan gizi yang cukup tinggi terutama protein dan mineral. Produk olahan kedelai merupakan sumber asupan gizi yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia karena secara ekonomis masih terjangkau. Meningkatnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya pemenuhan gizi bagi kesehatan, mendorong masyarakat untuk mengonsumsi produk-produk olahan kedelai telah memacu pertumbuhan sektor industri berbasis kedelai. Oleh karena itu perlu ada persediaan bahan baku untuk mengolah kedelai menjadi produk tahu tempe. Hartini dan Larasati (2009:11) mengemukakan bahwa persediaan merupakan sumber daya yang disimpan dan dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan sekarang maupun kebutuhan yang akan datang.

Rangkuti Freddy (2009:21) mengemukakan bahwa persediaan adalah bahan-bahan, bagian yang disediakan, dan bahan-bahan dalam proses yang terdapat dalam perusahaan untuk proses produksi, serta barang-barang jadi atau produk yang disediakan untuk memenuhi permintaan dari konsumen atau pelanggan setiap waktu. Slamet (2016:34) mengemukakan bahwa persediaan bahan baku adalah persediaan bahan mentah yang akan diproses dalam proses produksi, yang mana barang-barang tersebut dapat diperoleh dari sumber-sumber alam ataupun dibeli dari supplier atau perusahaan yang menghasilkan bahan baku bagi perusahaan pabrik yang menggunakannya.

Bahan baku merupakan salah satu faktor yang sangat vital bagi berlangsungnya suatu proses produksi. Persediaan bahan baku yang melebihi kebutuhan akan menimbulkan biaya ekstra atau biaya simpan yang tinggi, sedangkan jumlah persediaan yang selalu sedikit akan menimbulkan kerugian yaitu ketergantungan proses produksi dan juga berakibat hilangnya kesempatan untuk memperoleh keuntungan apabila ternyata permintaan pada kondisi yang sebenarnya melebihi permintaan yang di perkirakan.

Tempe sebagai salah satu makanan dari olahan kedelai yang terus berinovasi. Mulai dari gorengan tahu, tempe yang di jual di pinggir jalan hingga di gunakan pada menu-menu masakan di restoran besar. Masyarakat Indonesia kurang minat mengomsumsi kacang kedelai langsung tanpa olah, sehingga mereka lebih menyukai produk olahannya yaitu tahu dan tempe. Tempe adalah makanan tradisional yang mudah di temukan yang terbuat dari kedelai yang banyak mengandung serat dan protein.

Tempe merupakan makanan khas dari Indonesia dan memiliki kandungan protein yang tinggi karena bahan dasar pembuatan tempe adalah kedelai. Tempe merupakan makanan yang sudah merakyat di Indonesia dan sangat praktis untuk digunakan sebagai lauk dan banyak variasi makanan dari olahan tempe.

Di kota Palembang terdapat usaha yang mengelola kedelai menjadi tempe dan khusus di Kecamatan Kalidoni. *Home Industry* tempe pada Kecamatan Kalidoni, Kota Palembang berdiri sejak tahun 1985. Salah satu hal penting dalam usaha dasar yaitu persediaan bahan baku sebagai sumber utama dalam

melakukan produksi yang harus terus dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Usaha dasar tersebut memproduksi tempe setiap hari dengan menggunakan bahan baku kedelai yang dibeli dari salah distributor kota Palembang.

Berdasarkan penjelasan singkat mengenai latar belakang diatas maka penulis mencoba mengajukan Skripsi dengan judul “ **Pengaruh Persepsi Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Tempe Merek Pakde di Pasar Induk Palembang** “

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dalam hal ini peneliti mencoba merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh persepsi kualitas produk dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan produk tempe merek Pakde di Pasar Induk Palembang ?
2. Apakah ada pengaruh persepsi kualitas produk secara parsial terhadap loyalitas pelanggan produk tempe merek Pakde di Pasar Induk Palembang ?
3. Apakah ada pengaruh kepuasan pelanggan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan produk tempe merek Pakde di Pasar Induk Palembang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan membuktikan :

1. Pengaruh persepsi kualitas produk dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan produk tempe merek Pakde di Pasar Induk Palembang.
2. Pengaruh persepsi kualitas produk secara parsial terhadap loyalitas pelanggan produk tempe merek Pakde di Pasar Induk Palembang.
3. Pengaruh kepuasan pelanggan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan produk tempe merek Pakde di Pasar Induk Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

1. Secara Teoritis, penelitian ini di harapkan dapat menambah refrensi ilmu pengetahuan dalam bidang pemasaran dan rujukan bagi peneliti selanjutnya.
2. Secara Praktis, hasil penlitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pemilik usaha Produk Tempe untuk memahami kualitas produk,penetapan lokasi dan promosi agar dapat meningkatkan volume penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Soeroto. (1983). Strategi Pembangunan dan Perencanaan Tenaga Kerja. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Sudaryanto T. dan Syafa'at. N. 2002. Kebijakan Pembangunan Pertanian wilayah. Dalam Analisis Kebijakan: Paradigma Pembangunan dan Kebijakan Pengembangan Agro Industri. Monograph Series No. 22. Penyunting : T. Sudaryanto, I.W. Rusastra, A. Syam dan M. Ariani. p: 1-8.
- Salim, Emil. 2012. Kiat Cerdas Wirausaha Aneka Olahan Kedelai. Lily Publisher. Yogyakarta. 136 hal.
- Soekarwati, 2000. Agroindustri Dalam Perspektif Sosial.
- Hartini, S, & Larasati, I, (2009). Pendekatan dynamic inventory dengan mempertimbangkan ketidakpastian permintaan, yield, dan leadtime.UNDIP, IV(3), 202-211.
- Rangkuti, Freddy. (1995). Manajemen Persediaan : Aplikasi di Bidang Bisnis. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta
- Wienda Velly Andini, Achmad Slamet, 2016. Analisis Optimasi Persediaan Bahan Baku Dengan Menggunakan Metode Economic Order Quantity Pada CV. Tenun /ATBM Rimatex Kabupaten Pematang.
- Kotler dan Keller. 2016. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: PT Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat. 2016. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. Jakarta: Salemba Empat.
- Agusli, dan Kunto. (2013). Analisa Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Midtown Hotel Surabaya.
- Twentinio, Irenes. 2013. Persepsi Kualitas Produk Terhadap Pengguna Speedy Jaringan Brand Readr. Palembang Polstri
- Sarwono, Sarlito W., Meinaro 2010. Psikologi Sosial. Jakarta: Salemba Humanika.
- Pupu Sopini. 2020. Persepsi Konsumen Dalam Pembelian Motor Yamaha Fino Pada PD. Panca Motor Kota Jambi. Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari.
- Donni Juni Priansa. 2017. Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media

Sosial. Bandung: CV Pustaka Setia.

Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.

Zulfikar, R. (2008). PENGARUH BAURAN RITEL TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA TOSERBA X DI KOTA BANDUNG. 61-70.

Dharma, Robby. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan NPada PT. Padang Tour Wisata Pulau Padang.
Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi. Vol. 6, No. 2.

Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.

Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program **SPSS**".
Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.