

**PENGARUH PELAYANAN, KETERSEDIAAN BARANG DAN LOKASI  
TERHADAP PEMBELIAN KEBUTUHAN POKOK DI PASAR  
TRADISIONAL TAMBAH REJO KAPAS KRAMPUNG SURABAYA**

**SKRIPSI**



**OLEH :**

**FARAHDILA INDAH PERMATASARI**

**NIM. 20151221028**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

**2019**

**PENGARUH PELAYANAN, KETERSEDIAAN BARANG DAN LOKASI  
TERHADAP PEMBELIAN KEBUTUHAN POKOK DI PASAR  
TRADISIONAL TAMBAH REJO KAPAS KRAMPUNG SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi  
Salah satu persyaratan dalam menyelesaikan  
Program Sarjana Ekonomi**

**Oleh :**

**FARAHDILA INDAH PERMATASARI**

**NIM 20151221028**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

**2019**

## PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Farahdila Indah Permatasari

NIM : 20151221028

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa Skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan karya sendiri bukan hasil plagiasi, baik sebagian maupun keseluruhan. Apabila dikemudian hari terbukti hasil plagiasi, maka bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 23 Agustus 2019

Yang membuat pernyataan,



Farahdila Indah Permatasari



**PERSETUJUAN UNTUK SIDANG SKRIPSI**

**“PENGARUH PELAYANAN, KETERSEDIAAN BARANG DAN LOKASI  
TERHADAP PEMBELIAN KEBUTUHAN POKOK DI PASAR  
TRADISIONAL TAMBAH REJO KAPAS KRAMPUNG SURABAYA”**

Oleh :

**FARAHDILA INDAH PERMATASARI**

**NIM : 20151221028**

**Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diujikan**

**Surabaya, 23 Agustus 2019**

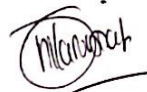
**Dosen Pembimbing I,**

**Dr. Didin Fatihudin, SE.,M.Si**



**Dosen Pembimbing II,**

**Anita Roosmawarni, SE, M.SE.**



**Mengetahui,**

**Kaprodi Manajemen**

**Anita Roosmawarni, SE, M.SE.**



**PENGESAHAN PANITIA PENGUJI**

Skripsi ini telah diujikan dan di syahkan dihadapan komisi penguji.

**Judul : "Pengaruh Pelayanan, Ketersediaan Barang dan Lokasi Terhadap Pembelian Kebutuhan Pokok di Pasar Tradisional Tambah Rejo Kapas Krampung Surabaya"**

**Nama : Farahdila Indah Permatasari**

**NIM : 20151221028**

**Program studi : Manajemen**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya**

**Pada Hari / Tanggal : Selasa/27 Agustus 2019**

**Pukul: 14.00 – 15.00**

**Komisi Penguji terdiri dari:**

**Ketua Penguji:**



**Dr. Siti Maro'ah, M. Pd**

**Anggota**

**Anggota**

**Dr. Didin Fatihudin, SE.,M.Si**

**Anita Roosmawarni, SE.,M.SE**

**Mengetahui,**



**Deputi Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Dr. Anna Marina, SE.,M.Si.,Ak.,CA**



**Kaprodi Manajemen**

**Anita Roosmawarni, SE.,M.SE**

## **MOTO**

“Sabarlah

Takkan jadi hebat, jika tak kuat.

Takkan jadi besar, jika tak sabar.”

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

1. Kedua orang tua, Ayah Syafrudin dan Mama Pudjiati yang selalu setia mendo'akan, memberi semangat, pengorbanan dan ketelusan dalam setiap proses perjalanan hidup peneliti.
2. Kedua adikku, M. David Adil Hakim dan M. Darmawan Adil Hakim yang membantu dalam proses pengerjaan skripsi ini.
3. Segenap sahabat dan teman mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya angkatan 2015.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang memberikan limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Pelayanan, Ketersediaan Barang dan Lokasi Terhadap Pembelian Kebutuhan Pokok di Pasar Tradisional Tambah Rejo Kapas Krampung Surabaya”.

Tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) bagi mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya. Penghargaan dan rasa terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ayah tersayang Syafrudin dan Mama tercinta Pudjiati yang telah mencurahkan segenap cinta dan kasih sayang serta perhatian moril maupun materil. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat, kesehatan, karunia, hidayah dan keberkahan di dunia dan di akhirat atas budi baik yang telah diberikan kepada penulis.

Penghargaan dan terima kasih penulis berikan kepada Bapak Dr. Didin Fatihudin, SE., M.Si selaku Pembimbing I dan Ibu Anita Roosmawarni, SE, M.SE selaku Pembimbing II yang telah membantu penulisan skripsi ini. Serta ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. dr. Sukadiono, MM selaku rector Universitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Ibu Dr. Anna Marina, M.Si, Ak, CA selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
3. Ibu Anita Roosmawarni, SE, M.SE selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surabaya.



4. Seluruh staf dosen dan karyawan Universitas Muhamadiyah Surabaya, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
5. Teman-teman seperjuangan skripsi Mbak Anna, Amel, Lily, Kak Lutvia, Mbak Arnis, Lia, Dena, Dian .
6. Teman-teman seperjuangan di perpustakaan UMSurabaya
7. Teman-teman program studi Manajemen pagi angkatan 2015 khususnya konsentrasi Manajemen Pemasaran.
8. Teman- teman ORMAWA yang selama beberapa tahun ini bersama-sama berproses sebagai satu keluarga besar.
9. Teman-teman yang turut mendo'akan dan berperan khususnya Eko Ulil Albab, Cak Man, Erianti, Diza , Yunita.

Akhir kata penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena itu, penulis memohon saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaannya dan semoga bermanfaat bagi kita semua.  
Aamiin

Surabaya, 26 Juli 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
ABSTRAK .....	iii
ABSTRACT .....	iv
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Sistematika Penulisan Skripsi .....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	7
A. Landasan Teori .....	7
1. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran .....	7
a. Pengertian Pemasaran .....	7
b. Konsep Pemasaran .....	8
c. Manajemen Pemasaran .....	8
2. Strategi Pemasaran .....	9
a. Pengertian Strategi Pemasaran .....	9
b. Konsep Strategi Pemasaran .....	10

3. Bauran Pemasaran.....	11
a. Pengertian Bauran Pemasaran.....	11
4. Pemasaran Jasa.....	12
a. Pengertian Pemasaran Jasa.....	12
5. Globalisasi Pemasaran .....	12
a. Pengertian Globalisasi Pemasaran .....	12
6. Pelayanan .....	13
a. Penegertian Pelayanan .....	13
b. Karakteristik Pelayanan .....	14
c. Indikator Pelayanan.....	14
7. Ketersediaan Barang .....	15
a. Pengertian Ketersediaan Barang .....	15
b. Indikator Ketersediaan Barang.....	16
8. Lokasi.....	16
a. Pengertian Lokasi.....	16
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Lokasi .....	17
c. Indikator Lokasi .....	18
9. Pembelian.....	18
a. Pengertian Pembelian.....	18
b. Proses-Proses dalam Pembelian.....	19
c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pembelian .....	20
d. Indikator Pembelian .....	20
10. Hubungan Antar Variabel .....	21

a. Hubungan Antara Pelayanan Terhadap Pembelian Kebutuhan Pokok.....	21
b. Hubungan Antara Ketersediaan Barang Terhadap Pembelian Kebutuhan Pokok .....	22
c. Hubungan Antara Lokasi Terhadap Pembelian Kebutuhan Pokok	23
d. Hubungan Antara Pelayanan, Ketersediaan Barang dan Lokasi Terhadap Pembelian Kebutuhan Pokok .....	23
B. Penelitian Terdahulu .....	25
C. Kerangka Konseptual .....	27
D. Model Analisis dan Hipotesis .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>30</b>
A. Pendekatan Penelitian .....	30
B. Identifikasi Variabel.....	30
C. Definisi Operasional.....	30
D. Teknik Pengumpulan Data.....	33
E. Populasi dan Sampel .....	34
F. Teknik Pengolahan Data .....	35
G. Uji Instrumen .....	36
1. Uji Validitas .....	36
2. Uji Reliabilitas .....	37
H. Uji Asumsi Klasik .....	37
1. Uji Normalitas.....	38
2. Uji Multikolinieritas.....	38

3. Uji Heteroskedastisitas.....	38
I. Uji Hipotesis.....	39
a. Uji F .....	39
b. Uji T .....	40
J. Analisis Data .....	41
1. Uji Regresi Linear Berganda.....	41
2. Uji Koefisien Derteminan Berganda ( $R^2$ ) dan Koefisien Korelasi Berganda (R) .....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	43
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	43
1. Sejarah singkat pasar Tambah Rejo .....	43
2. Struktur organisasi .....	44
B. Deskripsi Hasil Penelitian.....	45
1. Deskripsi Responden.....	45
2. Deskripsi Variabel.....	48
C. Uji Instrumen .....	53
1. Uji Validitas .....	53
2. Uji Reliabilitas .....	55
D. Uji Asumsi Klasik.....	56
1. Uji Normalitas.....	56
2. Uji Multikolinieritas.....	56
3. Uji Heteroskedastisitas.....	57
E. Uji Hipotesis.....	58

1. Uji F .....	58
2. Uji T .....	59
F. Analisis Data .....	60
1. Analisis Regresi Linier Berganda .....	60
2. Koefisien Determinasi Berganda .....	62
G. Pembahasan.....	63
BAB V PENUTUP.....	69
A. Kesimpulan .....	69
B. Saran.....	70
DAFTAR RUJUKAN .....	71
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

No. Tabel	Halaman
4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	46
4.2 Karakteristik responden berdasarkan umur.....	46
4.3 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan .....	47
4.4 Karakteristik responden berdasarkan penghasilan.....	47
4.5 Deskripsi variabel pelayanan .....	48
4.6 Deskripsi variabel ketersediaan barang.....	50
4.7 Deskripsi variabel lokasi.....	51
4.8 Deskripsi variabel pembelian.....	52
4.9 Hasil Uji Validitas.....	54
4.10 Hasil Uji Reliabilitas .....	55
4.11 Hasil Uji Normalitas .....	56
4.12 Hasil Uji Multikolinieritas .....	57
4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	58
4.14 Hasil Uji F.....	59
4.15 Hasil Uji T.....	59
4.16 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	60
4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	62

## DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Halaman
1.1 Data penjualan pasarTambah Rejo.....	3
2.1 Kerangka Konseptual .....	27
2.2 Model Analisis .....	28
3.1 Daerah penerimaan dan penolakan .....	41
4.1 Struktur organisasi pasar Tambah Rejo .....	44
4.2 Kios kebutuhan pokok pasar Tambah Rejo .....	64
4.3 Pelayanan di pasar Tambah Rejo .....	65
4.4 Tata letak kios di pasarTambah Rejo .....	66
4.5 Lokasi pasar Tambah Rejo.....	67



## DAFTAR RUJUKAN

- Amrullah, Pamasang dan Siburian, Saida. 2016. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Volume 13, (2)*, ISSN print: 1907-3011, ISSN online:252 -1127
- Andhinishari, 2017 Pengaruh Lokasi Fasilitas, Kualitas Layanan, dan Keragaman Barang Terhadap Keputusan Pembelian DI Toserba Dan Swalayan Laris Purworejo, Jurnal UMPurworejo
- Aprih Santoso dan Sri Widowati. 2011. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian, Jurnal Dinamika Sosial Budaya, No 2, FE-USM.
- Akbar, Kurnia. 2013 “Analisis Pengaruh Harga, Brand Image, dan Atribur Produk terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* atau *Smartphone* Samsung jenis *Android*”, Jurnal UNDIP Semarang.
- Assauri, Sofyan. 2013. *Manajemen Pemasaran Dasar. Konsep dan Strategi*
- Emiri, Dedi, 2011 “Analisis Pengaruh Citra Merek, Ketersediaan Produk, Harga, dan Coverage Terhadap Brand Switching”, Jurnal UNDIP, Semarang
- Fatihudin, Didin. 2015. *Metode Penelitian*. Sidoarjo: Zifatama Publisher
- Fatihudin, Didin dan Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Cetakan pertama . Yogyakarta: Deepublish
- Fatihudin, Didin dan Firmansyah, Anang. 2017. *Globalisasi Pemasaran (Marketing Globalization)*. Cetakan pertama. Yogyakarta: Deepublish
- Fitzsimmons, (2006). *Pelayanan Barang dan Jasa*. Yogyakarta: Kanisius,
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Hardiansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik*, Yogyakarta: Gaya Media.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus – Kasus Pilihan*, Yogyakarta : C1aps
- Kasmir, Jakfar. 2009. *Studi Kelayakan Bisnis*, Edisi ke 2. Jakarta: Prenada Media Grup
- Kodu, Sarini. 2013. Jurnal EMBA “Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelia Mobil Toyota Avanza” Volume 1, ISSN 2303-1174
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009, *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta.

- Lupiyoadi, dan A. Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Magda, Kardita. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada El's Coffe Kartini Bandar Lampung) Jurnal UNLAM Bandar Lampung
- Moenir, H A S. 2010. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Cetakan Kedelapan. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nitisusantro, Mulyadi, 2012, *Perilaku Konsumen*, Cetakan Pertama. Bandung: Alfabeta
- Ramadhan, Ferdy. 2014 Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas, Ketersediaan Produk, Product Knowledge Terhadap Brand Awareness Produk Private Label (Studi Kasus Pada Produk Public Work Distro Public Work Kota Demak), Jurnal UNDIP Semarang
- Ridwan, 2013. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Rosita, Rahmi. 2016. Jurnal Ilmiah WIDYA Ekonomika “Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Pelayanan, Harga, dan Kenyamanan Berbelanja terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Lotte Mart Bekasi Junction. Volume 1, ISSN 23376686, ISSN 23383321
- Sinambela, Lijan Poltak, dkk. 2011. *Reformasi Pelayanan Publik. Teori, Kebijakan dan Implementasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sinambow, Sandy dan Trang, Irvan. 2015. *Jurnal Emba* “Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada Tokok Komputer Game Zona Mega Mall Manado” Volume 3, ISSN 2303-11
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. 2010. *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi ke 5. Yogyakarta: Liberty
- Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar- Dasar Manajemen Pemasaran (konsep, strategi, dan kasus )*, cetakan ke- 1. Yogyakarta: Caps
- Suparyanto dan Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Bogor: In Media
- Tjiptono, Fandy. 2012 . *Manajemen Jasa Edisi Keempat*. Yogyakarta: Andi

- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang : Bayumedia.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Utama, Andray Satya. 2012. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Brand Switching pada Pengguna Sim Card Telkomsel ke Three pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bung Hatta Padang, Jurnal Tesis Universitas Bung Hatta Padang
- Online, SP, 07 Januari 2016 “Pasar Tambah Rejo Nyaris Mati”  
<http://www.surabayapagi.com>
- Sugiharto, Budi, 27 Maret 2015 “Dilema Pasar Tradisional Surabaya”  
<https://news.detik.com>