

**PENGARUH LOKASI, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA PASAR TRADISIONAL
(Studi Kasus Pada Pasar Tradisional di Kabupaten Tulang Bawang Barat)**

Tara Ismiah
Universitas Bandar Lampung
Email : taraismiah@gmail.com

Defrizal
Universitas Bandar Lampung
Email : defrizal@ubl.ac.id

Abstract

The research conducted ascertains how location, product quality, and price affect consumer satisfaction in traditional markets in West Tulang Bawang Regency. To collect data for this study, questionnaires or a number of statements were presented to a total of 100 respondents. Respondents were taken from traditional market visitors in Tulang Bawang Barat Regency. Data processing uses SPSS version 25. The results of the research location do not have a significant effect on customer satisfaction, product quality has a significant effect on customer satisfaction and price also has a significant effect on customer satisfaction. Simultaneously significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Location, Product Quality, Price

I. PENDAHULUAN

Pasar tradisional atau disebut juga pasar rakyat adalah tempat dimana dapat memanfaatkannya secara langsung untuk memasarkan hasil pertanian, perkebunan, dan barang rumah tangga lainnya guna memaksimalkan potensi daerah yang bersangkutan. Pasar modern tidak memiliki kualitas sosio-kultural yang terlihat di pasar semacam ini, seperti aktivitas tawar-menawar. (BPS RI, 2019).

Kepuasan konsumen adalah hasil kesenangan atau ketidaksenangan konsumen terhadap suatu produk setelah mengevaluasinya dibandingkan dengan harapan mereka. saat menggunakan atau memakannya. (Fadhli dan Pratiwi, 2021). Pelanggan akan turun jumlahnya atau mungkin pergi ke pasar lain apabila tidak mengalami kepuasan (Ginting dan Saputra, 2015). Sehingga peneliti tertarik dengan judul temuan dari penjelasan di atas “Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Pasar Tradisional di Kabupaten Tulang Bawang Barat)”

II. KAJIAN PUSTAKA

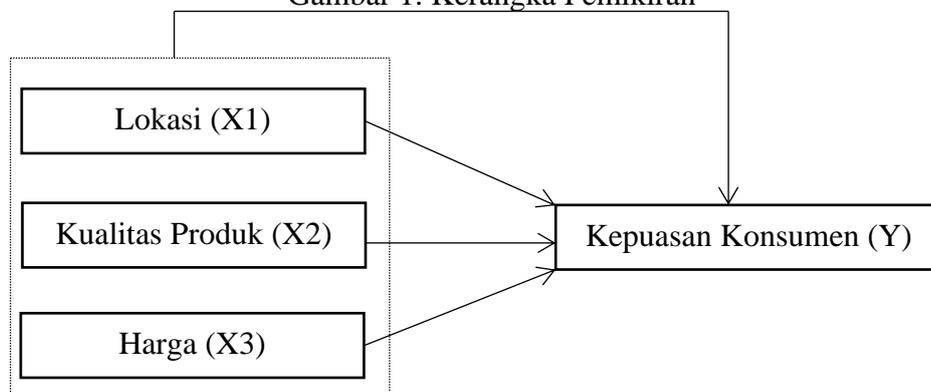
kepuasan konsumen merupakan reaksi atau ungapan kepuasan dengan adanya perbandingan untuk kedepannya (Kusmariza et al., 2019).

Lokasi adalah tempat pedagang mendirikan toko untuk menjual barang-barang mereka. Kelangsungan hidup suatu bisnis sangat dipengaruhi oleh lokasinya. (Senggetang et al., 2019).

Segala sesuatu yang mungkin ditawarkan produsen kepada pelanggan yang dapat dihargai, dipahami, dikenali, dihargai, dimanfaatkan, atau dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka di pasar sasaran disebut sebagai kualitas produk. (Izzuddin dan Muhsin, 2020).

Harga ialah perkiraan penjual atas nilai tambah yang berkaitan dengan penggunaan diciptakan oleh aksesibilitas barang dengan jaringan barang. (Pane et al., 2018). Salah satu tujuan penetapan harga adalah untuk memaksimalkan keuntungan, memperoleh pangsa pasar, menetapkan harga pasar, dan tujuan lainnya. (Defrizal dan Antika, 2022)

Gambar 1. Kerangka Pemikiran



III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian menggunakan metode kuantitatif. Populasi penelitian ialah pasar tradisional di Kabupaten Tulang Bawang Barat sebanyak 6 pasar tradisional. Sampel ialah sebanyak tiga pasar tradisional yang ada di Kabupaten Tulang Bawang Barat.

Metode pengumpulan data menggunakan proses pengisian kuesioner.

Disetiap variabel dihitung dengan menerapkan skala Likert 1 hingga 5 (Sangat Tidak Setuju ; 1) Tidak Setuju ; (2) Ragu-ragu Setuju ; (3) Setuju ; (4) dan Sangat Setuju (5).

Populasi yang diteliti ialah pasar tradisional di Kabupaten Tulang Bawang Barat sebanyak 6 pasar tradisional. Populasi Sampel ialah ukuran dan fitur sebanyak tiga pasar tradisional yang ada di Kabupaten Tulang Bawang Barat.

Peneliti menggunakan kuesioner dengan sejumlah pernyataan dibagikan untuk mencapai kekuatan agar andal dan sah. Tanggapan skala Likert untuk setiap pertanyaan instrumen berkisar dari sangat positif hingga sangat negatif. Dengan menggunakan alat SPSS, data penelitian akan dianalisis secara statistik untuk mendukung kesimpulan penelitian.

IV. PEMBAHASAN

4.1 Hasil Uji Validitas

Dari semua pernyataan pada kuesioner dalam lokasi, kualitas produk dan kepuasan konsumen menunjukkan nilai r hitung $>$ r tabel (0,1966) semua pertanyaan kuisisioner dinyatakan valid. Sedangkan untuk variabel harga terdapat 2 kuesioner yang dinyatakan negative karena hasilnya kurang dari jumlah r tabel.

4.2 Hasil Uji Reabilitas

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa pengaruh masing-masing variabe Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa tingkat reliabilitas secara keseluruhan memenuhi persyaratan terhadap kepuasan konsumen seperti lokasi, kualitas produk, dan harga Corbach alpha lebih dari 0,60. Kuesioner yang digunakan dianggap bisa dipercaya, menurut interpretasi ini, sehingga, kuesioner untuk mengumpulkan data tentang variabel dinyatakan telah menunjukkan validitas, konsistensi, atau akurasi instrumen pada penjelasan yang terkait.

4.3 Karakteristik Responden

Mengisi kuesioner tentang usia, jenis kelamin, dan pendidikan memberikan informasi tentang karakteristik responden tersebut..

Tabel 1
Sampel Penelitian

Karakteristik	Frekuensi	Persentase (%)
----------------------	------------------	-----------------------

Usia		
< 30 tahun	12	12.0%
31 - 40 tahun	46	46.0%
41 - 50 tahun	26	26.0%
> 50 tahun	16	16.0%
total	100	100%
Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	43	43.0%
Perempuan	57	57.0%
total	100	100%
Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
SD/SMP	60	60.0%
SMA/Diploma	40	40.0%
total	100	100%

Sumber: data primer diolah, 2022

Responden (46 orang) berusia antara 31 sampai 40 tahun. Diikuti oleh responden (sebanyak 12 orang) berusia antara 30 sampai 11 tahun sebanyak 57 orang (57,0%), 43 orang (43,0%), dan 60 orang (40 orang) yang hanya berpendidikan SD atau SMP.

4.4 Hasil Analisis Deskriptif

4.4.1 Lokasi

Berdasarkan informasi yang dikumpulkan melalui analisis statistik deskriptif selama penelitian. Dalam penelitian ini, maka pernyataan dari setiap variabel menggunakan rumus interval kelas sebagai berikut:

$$I = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah Kategori}}$$

$$I = \frac{48 - 28}{5} = 4$$

Keterangan :

28 – 31 = Sangat tidak setuju

32 – 35 = Tidak setuju

36 – 39 = Netral

40 – 43 = Setuju

44 – 48 = Sangat setuju

Tabel 2
Distribusi Frekuensi Data Hasil Variabel Lokasi

Interval	Skor	Frekuensi	Persentase	Keterangan
-----------------	-------------	------------------	-------------------	-------------------

Kelas				
28 - 31	1	5	5%	sangat tidak setuju
32 – 35	2	10	10%	tidak setuju
36 – 39	3	19	19%	netral
40 – 43	4	26	26%	setuju
44 – 48	5	40	40%	sangat setuju
Total		100	100%	

Sumber: data primer diolah, 2022

Dari 100 responden yang membuat pernyataan umum tentang lokasi (X1), sebanyak 5 orang (5%) sangat tidak setuju, sebanyak 10 (10%) masuk dalam tidak setuju, sebanyak 19 (19%) masuk dalam netral, sebanyak 26 (26%) masuk dalam setuju, dan sebanyak 40 (40%) masuk dalam sangat setuju. Dari penjelasan dikatakan bahwa “sangat setuju” dapat digunakan menggambarkan bagaimana lokasi pasar tradisional di Kabupaten Tulang Bawang Barat mempengaruhi kepuasan konsumen.

4.4.2 Kualitas Produk

Dari data penelitian dengan menggunakan analisis statistik deskriptif, maka pernyataan dari setiap variabel menggunakan rumus interval kelas sebagai berikut:

$$I = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah Kategori}}$$

$$I = \frac{40 - 24}{5} = 3,2 \text{ dibulatkan menjadi } 3$$

Keterangan :

24 – 26 = Sangat tidak setuju

27 – 29 = Tidak setuju

30 – 32 = Netral

33 – 35 = Setuju

36 – 40 = Sangat setuju

Tabel 3
Distribusi Frekuensi Data Hasil Variabel Kualitas Produk

Interval	Skor	Frekuensi	Persentase	Keterangan
-----------------	-------------	------------------	-------------------	-------------------

24 – 26	1	3	3%	sangat tidak setuju
27 – 29	2	7	7%	tidak setuju
30 – 32	3	35	35%	netral
33 – 35	4	32	32%	setuju
36– 40	5	23	23%	sangat setuju
Total		100	100%	

Sumber: data primer diolah, 2022

Diketahui 100 responden yang menyatakan secara umum mengenai kualitas produk (X2) sebanyak 32 orang (32%) termasuk kategori setuju. Maka dapat disimpulkan mengenai kualitas produk dapat dinyatakan “setuju” bahwa pada pasar tradisional di Kabupaten Tulang Bawang Barat kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen.

4.4.2 Harga

Berdasarkan informasi yang dikumpulkan melalui analisis statistik deskriptif selama penelitian. Dalam penelitian ini, maka pernyataan dari setiap variabel menggunakan rumus interval kelas sebagai berikut:

$$I = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah Kategori}}$$

$$I = \frac{35 - 23}{5} = 2,4 \text{ dibulatkan menjadi } 2$$

Keterangan :

23 – 24 = Sangat tidak setuju

25 – 26 = Tidak setuju

27 – 28 = Netral

29 – 30 = Setuju

31 – 35 = Sangat setuju

Tabel 4
Distribusi Frekuensi Data Hasil Variabel Harga

Interval	Skor	Frekuensi	Persentase	Keterangan
23 – 24	1	2	2%	sangat tidak setuju
25 – 26	2	13	13%	tidak setuju
27 – 28	3	17	17%	netral
29 – 30	4	23	23%	setuju
31 – 35	5	44	44%	sangat setuju
Total		100	100%	

Sumber: data primer diolah, 2022

Diketahui bahwa 44 (atau 44%) dari 100 responden yang memberikan pernyataan luas tentang penetapan harga (X3) masuk dalam kelompok “sangat

setuju”. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan pada pasar tradisional di Kabupaten Tulang Bawang Barat dipengaruhi oleh variabel harga.

4.4.2 Kepuasan Konsumen

Dari data penelitian dengan menggunakan analisis statistik deskriptif, maka pernyataan dari setiap variabel menggunakan rumus interval kelas sebagai berikut:

$$I = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah Kategori}}$$

$$I = \frac{30 - 20}{5} = 2$$

Keterangan :

20 – 21 = Sangat tidak setuju

22 – 23 = Tidak setuju

24 – 25 = Netral

26 – 27 = Setuju

28 – 30 = Sangat setuju

Tabel 5

Distribusi Frekuensi Data Hasil Variabel Kepuasan Konsumen

Interval	Skor	Frekuensi	Persentase	Keterangan
20 – 21	1	3	3%	Sangat Tidak Setuju
22 – 23	2	7	7%	Tidak Setuju
24 – 25	3	30	30%	Ragu-ragu
26 – 27	4	36	36%	Setuju
28 – 30	5	24	24%	Sangat Setuju
Total		100	100%	

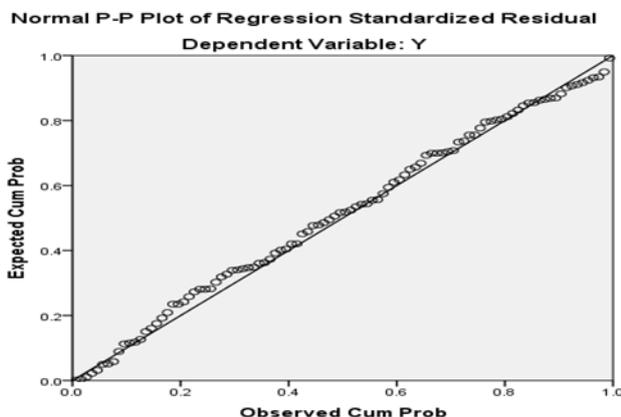
Sumber: data primer diolah, 2022

Diketahui dari 100 responden yang menyatakan secara umum mengenai kepuasan konsumen (Y) sebanyak 36 orang (36%) termasuk kategori setuju dengan pernyataan dalam kuesioner mengenai kepuasan konsumen pada pasar tradisional di Kabupaten Tulang Bawang Barat.

4.5 Hasil Uji Normalitas

Distribusi data model regresi yang layak harus normal atau hampir normal. Garis diagonal lurus akan dibentuk oleh uji normalitas dan grafik P-Plot tipikal, dan garis ini akan digunakan untuk membandingkan data yang ditampilkan dengannya. Garis diagonal akan diikuti oleh distribusi normal jika garis yang secara akurat mewakili data, seperti yang terlihat pada ilustrasi:

Gambar 2. Hasil uji normalitas



Data yang menampilkan pola yang sangat mirip dengan distribusi normal. Data penyebaran mengikuti arah garis diagonal, membuktikan asumsi normalitas terpenuhi, dan secara praktis digunakan menilai kepuasan pelanggan berdasarkan variabel independen.

4.6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12.566	3.133		4.011	.000
LOKASI	.055	.044	.120	1.273	.206
¹ KUALITAS PRODUK	.130	.065	.189	1.996	.049
HARGA	.231	.075	.294	3.095	.003

Sumber: data primer diolah, 2022

Dapat dilihat hasil koefisien regresi (β) di atas, diperoleh persamaan:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

$$Y = 12,566 + 0,055 X_1 + 0,130 X_2 + 0,231 X_3 + \epsilon$$

Berikut ini dapat disimpulkan hasil persamaan regresi:

a. Nilai Konstanta (α)

Nilai statis dari 12,566 Dengan demikian, nilai kebahagiaan pelanggan (Y) adalah 12,566 jika lokasi, kualitas produk, dan harga bernilai 0 atau konstan. Hal ini mengarah pada kesimpulan bahwa di pasar tradisional di Kabupaten Tulang Bawang Barat, faktor lokasi, kualitas produk, dan harga semuanya memainkan peran kunci dalam menentukan kebahagiaan pelanggan.

b. Lokasi (X1)

0,055 adalah koefisien regresi lokasi, sedangkan 0,206 adalah tingkat signifikansi. Hal ini menunjukkan bahwa korelasi faktor lokasi dengan kepuasan konsumen pada pasar tradisional di Kabupaten Tulang Bawang Barat adalah positif namun tidak signifikan secara statistik.

c. Kualitas Produk (X2)

Kualitas produk 0,130 dengan tingkat signifikansi 0,049. Pasar tradisional di Kabupaten Tulang Bawang Barat, koefisien menunjukkan hubungan positif dan signifikan antara karakteristik kualitas produk dan kepuasan konsumen.

d. Harga (X3)

0,231 adalah koefisien regresi harga, sedangkan 0,003 ialah tingkat signifikansi. Di pasar tradisional Kabupaten Tulang Bawang Barat, harga memiliki pengaruh yang menguntungkan dan besar terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan koefisien diatas, menyatakan variabel harga (koefisien 0,231) memiliki pengaruh yang lebih besar dari variabel lain. Variabel berikutnya memiliki pengaruh yang cukup besar ialah kualitas produk (koefisien 0,130), dan variabel yang tidak mempengaruhi kepuasan konsumen adalah variabel lokasi (koefisien 0,055) Jadi, pertimbangan harga adalah faktor utama dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen pada pasar tradisional di Kabupaten Tulang Bawang Barat.

4.7 Uji Parsial (Uji Statistik T)

Tabel 7
Hasil Uji Parsial (Uji T)

Variabel	Beta	Std. Error	t-hitung	Sig.
----------	------	------------	----------	------

Lokasi	0.083	0.046	1.814	0.073
Kualitas produk	0.171	0.067	2.545	0.013
Harga	0.268	0.075	3.095	0.001

Sumber: data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 7 diatas didapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Nilai signifikan untuk variabel lokasi (X1) ialah 0,073 lebih besar dari taraf = 0,05 ($0,073 > 0,05$), dan nilai koefisien lokasi (X1) adalah 0,083. Nilai t 1,814 semakin mendukung hal ini. Temuan menunjukkan lokasi (X1) berpengaruh positif namun tidak signifikan secara statistik terhadap kepuasan konsumen pada pasar tradisional di Kabupaten Tulang Bawang Barat.

2. Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Nilai signifikan kualitas produk) ialah 0,013 yang dikatakan lebih rendah dari taraf = 0,05 ($0,000 < 0,05$), dan nilai koefisien kualitas produk adalah 0,171. Hasil t hitung = 2,545 nilai ini adalah bukti lebih lanjut. Berdasarkan temuan tersebut, kualitas produk secara signifikan meningkatkan kepuasan konsumen di pasar tradisional Kabupaten Tulang Bawang Barat.

3. Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Koefisien harga (X3) bernilai 0,268, dan nilai signifikansi harga (X3) 0,001 dinyatakan lebih kecil dari taraf = 0,05 ($0,001 < 0,05$). Menunjukkan dengan nilai t hitung = 3,591. Jumlah t hitung 3,591 juga mendukung ini. Variabel harga (X3) menurut temuan tersebut memiliki pengaruh cukup menguntungkan terhadap kepuasan konsumen pada pasar tradisional di Kabupaten Tulang Bawang Barat.

4.8 Uji Simultan (Uji Statistik F)

Tabel 8
Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of	df	Mean	F	Sig.
--------------	---------------	-----------	-------------	----------	-------------

	Squares		Square		
Regression	79.808	3	26.603	6.503	0.000 ^b
Residual	392.702	96	4.091		
Total	472.510	99			

Sumber: data primer diolah, 2022

Pengaruh faktor lokasi, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen mendapat nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Menunjukkan ketiga variabel independen yaitu, lokasi, kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen kepuasan konsumen .

4.9 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 9
Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.411 ^a	0.169	0.143	2.02253

a. Predictors: (Constant), Harga, Lokasi, Kualitas Produk

Berdasarkan uji determinasi menghasilkan nilai adjusted R-square 0,169 (16,9%), yang dihitung dengan menggunakan data ini. Menunjukkan kapasitas variabel independen dalam penelitian memiliki pengaruh 16,9% terhadap variabel dependen, dan sisanya sebesar 83,1% ($1 - 0,169$) dijelaskan oleh faktor selain variabel independen dalam penelitian.

4.9 Pembahasan

1. Pengaruh Lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Pasar Tradisional di Kabupaten Tulang Bawang Barat

Menurut penelitian, tempat memiliki tingkat signifikansi 0,073. Berdasarkan uji t pada variabel kualitas produk, koefisien regresi memiliki nilai 0,083 dan signifikansi uji t lebih dari 0,05 (0,073 > 0,05). Berdasarkan temuan tersebut, tidak terdapat hubungan antara lokasi dengan kepuasan pelanggan di pasar tradisional Kabupaten Tulang Bawang Barat.

Berdasarkan data penelitian dan penelitian lapangan dapat diketahui bahwa kepuasan konsumen mengenai lokasi Pasar Tradisional berada dalam kategori

rendah, sebab konsumen tidak terlalu peduli dengan lokasi pasar tradisional, artinya jika konsumen sedang membutuhkan barang yang dipasarkan baik sejauh apapun atau sesulit apapun keadaan lokasi pasar, konsumen akan tetap datang ke pasar tradisional. Oleh karena itu, dikatakan bahwa lokasi memiliki dampak yang kecil atau tidak sama sekali.

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Pasar Tradisional di Kabupaten Tulang Bawang Barat

Berdasarkan penelitian, signifikansi 0,013 untuk kualitas produk. Berdasarkan temuan uji t pada kualitas produk, koefisien regresi memiliki nilai positif 0,171 dan signifikansi uji t kurang dari 0,05 (p 0,05). Berdasarkan temuan tersebut, kualitas produk pada pasar tradisional di Kabupaten Tulang Bawang Barat berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas produk yang diberikan. maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen untuk memiliki produk yang ditawarkan di pasar tradisional sehingga akan menggunakan produk tersebut secara berkelanjutan.

3. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Pasar Tradisional di Kabupaten Tulang Bawang Barat

Berdasarkan temuan ini, dapat dipahami bahwa harga memiliki tingkat signifikan 0,001. Menurut temuan uji t pada harga, koefisien regresi memiliki nilai positif 0,268 dan signifikansi uji t kurang dari 0,05 (p 0,05). Temuan disimpulkan harga pada pasar tradisional di Kabupaten Tulang Bawang Barat memiliki pengaruh yang baik terhadap kepuasan pelanggan.

Dari temuan diatas Kesimpulannya semakin sesuai harga yang ditawarkan semakin baik kepuasan konsumen dalam membeli barang atau barang di pasar tradisional Kabupaten Tulang Bawang Barat .

4. Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pasar Tradisional di Kabupaten Tulang Bawang Barat

Menurut hasil pengujian, lokasi, kualitas produk, dan harga semuanya berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Nilai F hitung adalah 6,503 dengan signifikansi 0,000 dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 (p 0,05).

IV. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Pengolahan data, lokasi, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen pada pasar tradisional di Kabupaten Tulang Bawang Barat dapat disimpulkan lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, Harga memiliki dampak besar pada kepuasan konsumen, di antara faktor-faktor lainnya. Kepuasan konsumen pada pasar tradisional di Kabupaten Tulang Bawang Barat secara signifikan dipengaruhi oleh lokasi, kualitas produk, dan harga jika diambil secara keseluruhan.

5.2 Saran

1. Bagi Perdagangan : Diharapkan dinas perdagangan dan pengelola Pasar Tradisional Kabupaten Tulang Bawang Barat untuk mempermudah akses lokasi menuju, melakukan program penyuluhan untuk pedagang tentang kualitas produk, dan monitoring harga produk di pasar tradisional.
2. Bagi Pedagang : memberikn kualitas produk yang baik, dan menjual produk berkualitas baik dengan harga yang terjangkau.
3. Peneliti selanjutnya : peneliti selanjutnya dapat menambahkan lebih banyak variabel dari yang telah diteliti agar dapat mempelajari lebih mendalam dampak lokasi, kualitas produk, dan harga terhadap kebahagiaan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Republik Indonesia. (2019). Profil Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Took Modern.
- Fadhli dan Pratiwi. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi Zio Jombang.
- Ginting dan Saputra. (2015). Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Tradisional di Kecamatan Medan Johor).
- Kusmariza et al., (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Beras di Desa Pasar Baru Pangean Kecamatan Pangean kabupaten Kuantan singing Provinsi Riau.

Senggetang et al., (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.7 No.1. hal. 881 – 890.

Izzuddin dan Muhsin. (2020). Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Kopi Baravi Pematang Siantar.

Pane et al., (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Sidempuan Medan.

Defrizal dan Antika. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Volume Penjualan Beras di Perusahaan Umum Bulog Kantor Wilayah Lampung.