**(ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. SEPATREX BAROKAH GROUP DI KECAMATAN BURNEH KABUPATEN BANGKALAN)**

**Ifa Wati 1), Romiftahul Ulum S.E, M.Ak2)**

PRODI Pendidikan Ekonomi

E-mail: **[ifawati644@gmail.com](mailto:ifawati644@gmail.com)** 1), 2) [**romiftahululum75@gmail.com**](mailto:romiftahululum75@gmail.com)

**Abstrak:**

Di era globalisasi saat ini persaingan dalam dunia usaha semakin ketat. Setiap bisnis pesaing memaksimalkan keuntungan sesuai target yang diinginkan. Tidak dapat dipungkiri bahwa dunia ini terus mengalami perubahan. Jadi, tidak ada kata kunci lain selain beradaptasi dengan perubahan dunia bisnis yang semakin sengit. Kepuasan pelanggan saat ini menjadi kebutuhan penting yang harus dipenuhi oleh semua perusahaan besar maupun pada tingkat usaha kecil agar dapat bersaing di pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor kepuasan konsumen pada PT. Sepatrex Barokah Group di kecamatan Burneh kabupaten Bangklan dalam berbelaja produk Elektronik. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan study kasus. Teknik pengumpulan data dengan langkah Observasi, wawancara, dokumentasi, dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor kepuasan konsumen meliputi harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Adapun tingkat kepuasan konsumen yang berbeda berdasarkan dari hasil analisis harga, menurut jawaban informan pertama merasa harga produk terlalu mahal sedangkan informan kedua merasa puas terhadap harga produk karena harga yang dibayarkan sebandingkan dengan produk yang diperoleh, sedangkan hasil dari analisis kualitas produk informan pertama dan kedua menyatakan puas dengan produk yang didapat karena kualitas yang bagus dan sesuai kebutuhan mereka. Sedangkan hasil dari analisis kualitas pelayanan informan pertama merasa puas dengan pelayan yang diberikan saat berbelanja di PT. Sepatrex Barokah Group namun informan kedua sedikit kurang puas terhadap pelayanan di karenakan pengiriman produk yang sedikit lebih lama.

**Kata Kunci**: Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan

***Abstract:***

In the current era of globalization, competition in the business world is increasingly fierce. Each competing business maximizes profits according to the desired target. It cannot be denied that this world continues to change. So, there is no other keyword than adapting to the increasingly fierce changes in the business world. Customer satisfaction is currently an important need that must be met by all large companies and at the small business level in order to compete in the market.This research aims to determine the factors of consumer satisfaction at PT. Sepatrex Barokah Group in Burneh sub-district, Bangklan district, shopping for electronic products. This research uses a descriptive qualitative method with a case study approach. Data collection techniques using the steps of observation, interviews, documentation and drawing conclusions. The results of this research show that consumer satisfaction factors include price, product quality and servicequality. As for the different levels of consumer satisfaction based on the results of the price analysis, according to the answers of the first informant, he felt that the product price was too expensive, while the second informant felt satisfied with the price of the product because the price paid was comparable to the product obtained, while the results of the product quality analysis of the first and second informants stated that satisfied with the product obtained because it is of good quality and meets their needs. Meanwhile, the results of the analysis of service quality, the first informant was satisfied with the service provided when shopping at PT. Sepatrex Barokah Group, however, the second informant was slightly dissatisfied with the service because product delivery took a little longer.

***Keywords:***  Consumer Satisfaction, Product Quality, Price, Service Quality.

**PENDAHULUAN**

D

**i** era globalisasi saat ini persaingan dalam dunia usaha semakin ketat. Setiap bisnis pesaing memaksimalkan keuntungan sesuai target yang diinginkan. Tidak dapat dipungkiri bahwa dunia ini terus mengalami perubahan. Jadi, tidak ada kata kunci lain selain beradaptasi dengan perubahan dunia bisnis yang semakin sengit. Kepuasan pelanggan saat ini menjadi kebutuhan penting yang harus dipenuhi oleh semua perusahaan besar maupun pada tingkat usaha kecil agar dapat bersaing di pasar. Tuntutan kebutuhan konsumen akan mutu dan kualitas yang tinggi, harga terjangkau dan pelayanan yang sangat baik, menuntun produsen dan pemasar berlomba memberikan nilai lebih. (Kasali, 2009:110) dalam (Jackxander ,2018). Agar suatu organisasi seperti perusahaan dapat berkembang dan setidaknya bertahan, maka harus mampu menghasilkan produk (barang atau jasa) dengan kualitas yang lebih baik (better quality), harga yang lebih murah (cheaper price), promosi yang lebih efektif (more effective promotions), pengiriman produk lebih cepat (faster delivery) dan dengan pelayanan yang lebih baik (better service) jika dibandingkan dengan pesaingnya. Kunci utama untuk memenangkan pesaing adalah dengan memberikan nilai dan kepuasan konsumen. Memuaskan konsumen merupakan salah satu tujuan perusahaan menuju profitabilitas (Kasali, 2009:110) dalam (Jackxander, 2018). Konsumen merupakan orang yang penting dalam suatu perusahaan, seorang konsumen tidak bergantung pada perusahaan tetapi perusahaan bergantung pada konsumen. PT. Sepatrex Barokah Group merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa dan produk elektronik yang terletak di daerah Bangkalan. Perusahaan saat ini berhadapan dengan kondisi persaingan tetapi juga berhadapan dengan konsumen yang keinginan dan kebutuhan nya akan terpenuhi, sehingga perusahaan sangat mengharapkan memiliki konsumen yang loyal terhadap produk atau jasa yang ditawarkan, seperti jasa service, penjualan sparepart, dan penjualan produk cicilan elektronik. Pada PT. Sepatrex Barokah Group ini terdapat produk unggulan dalam penjualan yakni penjualan produk cicilan elektronik berupa laptop yang merupakan kebutuhan sebagian masyarakat khusus nya mahasiswa, guru, dosen, dll. Pada produk unggulan tersebut menggunakan pembiayaan murabahah melalui mekanisme jual beli barang secara cicilan dengan penambahan margin keuntungan yang telah saling disepakati oleh penjual dan pembeli. Kepuasan konsumen merupakan hasil perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja yang diharapkan. Jika kinerja dibawah ekspektasi, konsumen tidak puas. Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkat dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi yang akan menghasilkan pembelian berulang atau loyalitas yang berkelanjutan. Faktor kepuasan terdiri dari kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk (Umar, 2015) dalam (Zulfiana, 2021). Ketika pelanggan merasa puas terhadap produk, maka pelanggan akan menjadi loyal terhadap produk tersebut. Dengan adanya kepuasan dan loyalitas pelanggan akan memberikan manfaat jangka panjang bagi perusahaan. Menurut Suryawardani & Putri (2015), dalam (Zulfiana, 2021) kualitas layanan merupakan isu krusial bagi setiap perusahaan, apapun bentuk produk yang dihasilkan. Lima dimensinya ialah: *Tangible* (bukti langsung), *Empathy* (empati), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* ( daya tanggap), *Assurance* (jaminan). Faktor harga juga menentukan nilai suatu produk di benak konsumen, yang harus dibayar konsumen untuk memperoleh produk tersebut. Semakin ekonomis harga yang ditawarkan maka konsumen akan semakin puas dan akan mengunjungi tempat tersebut, begitu pula jika harga dianggap terlalu mahal oleh konsumen maka mereka berpikir untuk tidak mengunjungi tempat itu. Untuk itu faktor harga menentukan tingkat kepuasan konsumen yang berkunjung. Konsumen juga membandingkan harga dengan lokasi lain, jika harganya lebih murah maka mereka akan datang lagi. Harga merupakan faktor yang sensitif bagi konsumen karena konsumen selalu melakukan berbagai pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Hal ini tentu akan berdampak pada kepuasan konsumen. Harga yang dipilih akan mempunyai pengaruh langsung terhadap tingkat permintaan dan menentukan tingkat aktivitas pembelian, dan harga juga akan mampu mendorong penjualan pangsa pasar (Tjiptono, 2015:291) dalam (Zulfiana, 2021). Harga merupakan satu–satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen lainnya menghasilkan biaya. Harga juga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel. Harga dapat berubah dengan cepat, tergantung pada karakteristik produk dan perjanjian distribusi. Rumusan Masalah Berdasarkan latar belakang di atas, terdapat beberapa rumusan masalah yakni: pertama, Faktor-faktor apa saja yang menentukan kepuasan konsumen pada PT. Sepatrex Barokah Group ?, kedua Bagaimana tingkat kepuasan konsumen pada PT. Sepatrex Barokah Group? . Tujuan Penelitian Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui, pertama Untuk mengetahui faktor-faktor yang menentukan kepuasan konsumen pada PT. Sepatrex Barokah Group. Kedua Untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen pada PT. Sepatrex Barokah Group. Manfaat Penelitian. Penelitian yang dilakukan akan memberikan beberapa kegunaan atau manfaat yaitu antara lain: pertama Bagi Peneliti: Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai faktor-faktor kepuasan konsumen pada PT. Sepatrex Barokah Group. Kedua Sebagai implementasi atas teori yang telah didapat pada perkuliahan dan menambah wawasan akan dunia bisnis. Bagi Perusahaan Hasil penelitian ini dapat memberikan tambahan informasi pada pihak PT. Sepatrex Barokah Group mengenai factor-faktor kepuasan konsumen untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada PT. Sepatrex Barokah Group. Bagi STKIP PGRI Bangkalan Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah koleksi pustaka, dan bahan bacaan bagi mahasiswa program studi pendidikan ekonomi. Asumsi Penelitia. Dalam penelitian di PT. Sepatrex Barokah Group, selain mereka menjual produknya secara langsung mereka juga mempromosikan lewat sosial media seperti Instagram dan Whatsapp untuk menjangkau konsumen lebih banyak lagi. Definisi Operasional Berdasarkan uraian diatas, maka definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: pertama Faktor-faktor kepuasan konsumen Menurut (Tjiptono, 2016) dalam (Zulfiana, 2021) terdapat lima faktor yang dapatmempengaruhi kepuasan seorang konsumen yaitu: pertama Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberi nilai yang tinggi kepada pelanggannya. Kedua Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan harapan nya.

Ketiga faktor emosional, pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain kagum kepadanya bila menggunakan produk merek tertentu. Keempat biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa, pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau membuang waktu mendapatkan suatu produk, cenderung puas terhadap produk.

**METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus dimana pendekatan penelitian ini adalah penelitian sosial untuk menyelidiki, memahami dan meneliti suatu permasalahan yang sedang terjadi. Peneliti akan mengumpulkan berbagai informasi terkait dengan fokus penelitian yang tujuannya adalah untuk memberikan gambaran mendalam mengenai permasalahan yang ada pada suatu objek penelitian. Penelitian dengan pendekatan studi kasus tidak harus terfokus pada satu objek saja tetapi dapat meneliti beberapa objek yang mempunyai fokus masalah yang sama dengan menggunakan beberapa metode dalam pengumpulan data seperti observasi, wawancara dan dokumentasi yang nantinya akan dianalisis menjadi suatu teori.

Sumber dan Data Penelitian : Data Primer

Yaitu merupakan data yang secara langsung diperoleh dari responden, dengan wawancara. Data primer diperoleh dari customer PT. Sepatrex Barokah Group. Data Sekunder

Yaitu merupakan data yang didapat dari jurnal, artikel, serta situs- situs internet yang berkenaan dengan penelitian. Dengan mengumpulkan jurnal terdahulu yang relevan. Instrumen Penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah instrumen wawancara yang dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui faktor-faktor kepuasan konsumen PT. Sepatrex Barokah Group. Adapun instrumen yang digunakan sebagai pendukung peneliti, peneliti menggunakan instrumen berupa pencatatan observasi, wawancara dan dokumentasi seperti gambar, alat rekam audio. Teknik Pengumpulan Data Teknik pengumpulan data merupakan langkah terpenting dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah memperoleh data. Tanpa mengetahui pengumpulan data, peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditentukan. Observasi adalah suatu kegiatan berupa mengamati objek penelitian secara langsung, berupa kegiatan yang sedang berlangsung di lokasi penelitian. Observasi dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung (Sudaryono, 2018). Jenis observasi yang digunakan peneliti adalah observasi terbuka atau observasi terselubung, dalam hal ini peneliti yang melakukan pengumpulan data menyatakan dengan jujur kepada sumber data bahwa ia melakukan penelitian. Agar yang diteliti mengetahui dari awal sampai akhir tentang kegiatan peneliti. Wawancara adalah suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Wawancara ini digunakan bila ingin mengetahui hal-hal dari responden secara lebih mendalam serta jumlah responden sedikit. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi arus informasi dalam wawancara, yaitu: pewawancara, responden, pedoman wawancara, dan situasi wawancara (Hadeli, 2006) dalam (Sudaryono,2018). Adapun teknik wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara tak berstruktur. Dalam wawancara tak berstruktur lebih bersifat informal. Pertanyaan tentang pandangan, sikap, keyakinan subjek atau tentang keterangan lainnya dapat diajukan secara bebas kepada subjek (Riyanto, 2001:83) dalam (Sudaryono,2018). Dokumentasi adalah ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, data yang relevan penelitian. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa, dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya seni, yang dapat berupa gambar, patung film, dan lain – lain (Sudaryono, 2018). Teknik Analisis Data Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Setelah data terkumpul, selanjutnya dilakukan reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memusatkan perhatian pada pada hal-hal yang penting, mencari tema dan pola serta membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan memudahkan peneliti mengumpulkan data lebih lanjut dan mencarinya jika diperlukan.Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti mini komputer, dengan memberikan kode-kode pada aspek tertentu (sugiyono, 2017). Dalam mereduksi data, setiap peneliti akan berpedoman pada tujuan yang ingin dicapai. Tujuan utama penelitian kualitatif adalah temuannya. Oleh karena itu jika peneliti melakukan penelitian menemukan segala sesuatu yang dianggap asing, tidak diketahui dan tidak mempunyai pola sebenarnya merupakan hal yang harus diperhatikan peneliti ketika melakukan reduksi data. Ibarat melakukan peneliti didalam hutan, sehingga pohon atau tumbuhan dan hewan yang tidak dikenal menjadi fokus pengamatan selanjutnya. Penyajian data dalam penelitian kualitatif adalah dengan cara diuraikan dalam bentuk uraian singkat atau disebut dengan kesimpulan. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya (sugiyono, 2017). Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Dengan demikian, kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan sejak awal, namun mungkin juga tidak, karena seperti yang telah dikemukakan, permasalahan dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian selesai di lapangan. Kesimpulan yang diharapkan dalam penelitian kualitatif adalah temuan-temuan baru yang belum pernah ada sebelumnya. Temuan dapat berupa gambaran atau gambaran suatu benda yang sebelumnya masih redup atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan sebab akibat atau interaktif , hipotesis. Uji Kredibilitas Data Menurut Wiliam Wiersma, (1986) dalam Sugiyono, (2015) triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecek data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Triangulasi Sumber

Untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Triangulasi Teknik Untuk menguji kredibilitas dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Triangulasi Waktu, Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, belum banyak masalah, akan memberikan data yang valid sehingga lebih kredibel

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

PT. Sepatrex Barokah Group merupakan perusahaan mikro yang bergerak dibidang jasa dan produk elektronik yang terletak di Khayangan Residence No. E9/15, Jl. Halim Perdana Kusuma, Manggisan, Desa/Kelurahan Burneh, Kec. Burneh, Kab. Bangkalan, Provinsi Jawa Timur. Produk pada PT. Sepatrex Barokah Group terdapat dua jenis yakni jasa dan barang, pada jasa tersendiri berupa service dan barang berupa sparepart, perakitan inverter, dan produk cicilan elektronik. PT. Sepatrex Barokah Group berdiri sejak tahun 2022 merupakan perusahaan mikro yang bergerak dibidang elektronik dalam bentuk produk dan jasa. Pemasaran produk dan jasa yang digunakan oleh PT. Sepatrex Barokah Group ialah menggunakan via online dan offline, adapun target pasaran penjualan selain pada masyarakat sekitar juga di fokuskan pada

mahasiswa karena pada PT. Sepatrex Barokah Group juga menyediakan elektronik berupa laptop yang bisa dibeli secara kredit, selain itu PT. Sepatrex Barokah Group juga bekerja sama dengan beberapa sekolah menengah kejuruan (SMK) dalam hal penyedian tempat magang. Strategi Pemasaran Menurut Septiana, Dkk (2021) dalam (Hotimah et al, 2022) merupakan upaya memasarkan suatu produk berupa barang atau jasa dengan menggunakan taktik tertentu agar hasil penjualannya lebih tinggi. Beradasarkan hasil observasi pada penelitian ini yakni menggunakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui informasi terkait kepuasan konsumen terhadap PT. Sepatrex Barokah Group. Observasi pada penelitian kualitatif ini berbentuk narasi atau deskripsi. Sesuai hasil observasi yang telah dilakukan bahwa PT. Sepatrex Barokah Group ini merupakan perusahaan mikro dalam bidang elektronik mereka memproduksi jenis barang elektronik dan jasa yang dijualkan secara cash dan kredit. Sudah banyak juga produk dan jasa yang telah terjual, namun hasil untuk data penjualan tahun ini pada PT. Sepatrex Barokah Group bahwasanya penjualan secara kredit lebih diminati oleh sebagian besar customer dibandingkan penjualan secara cash. Akan tetapi terkait penjualan produk secara cash hanya dikhususkan pada produk tertentu yakni penjualan laptop yang target pasar nya tertuju pada siswa yang akan melanjutkan kuliah dan juga mahasiswa, guru, karyawan, dll. Berdasarkan hasil wawancara Untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap PT. Sepatrex Barokah Group maka peneliti terjun langsung untuk melakukan wawancara kepada informan yaitu salah satu dari konsumen PT. Sepatex Barokah Group.

Tabel 4.1 Nama-nama informan

Nama dan profesi

1. Muhammad Karimulah S. E Pemilik PT. Sepatrex Barokah Group

2. Fatonah Konsumen

3. Rendy Konsumen

Lampiran Wawancara kepada informan.

Hasil wawancara dari informan pemilik PT. Sepatrex Barokah Group Bangkalan.

Pertanyaan ke 1: Bagaimana pendapat pak karim terkait kepuasan konsumen pada perusahaan PT. Sepatrex Barokah Group?

Jawaban informan: Pada perusahaan kami sangat memperhatikan kepuasan konsumen sebagai salah satu prioritas utama. Kami percaya bahwa kepuasan konsumen merupakan kunci keberhasilan jangka panjang.

Pertanyaan ke 2: Bagaimana cara anda mengukur kepuasan konsumen pada perusahaan ini ?

Jawaban informan: Kami memiliki beberapa metode untuk mengukur kepuasan konsumen. Pertama, kami secara teratur melakukan survei kepuasan setelah pelanggan menggunakan produk atau layanan kami. Selain itu, kami juga mengumpulkan umpan balik secara langsung melalui layanan pelanggan dan interaksi langsung dengan konsumen di toko.

Pertanyaan ke 3: Apakah ada strategi khusus yang Anda terapkan untuk mempertahankan loyalitas konsumen?

Jawaban informan: Kami sangat berfokus pada membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen kami. Salah satu strategi utama kami adalah program loyalitas yang memberikan insentif kepada pelanggan yang sering berbelanja dengan kami. Selain itu, kami juga mengadakan acara atau promosi khusus untuk memberikan apresiasi kepada pelanggan setia kami.

Hasil wawancara informan konsumen PT. Sepatrex Barokah Group.

Pertanyaan ke 1: Bagaimana pendapat anda tentang harga produk pada PT. Sepatrex Barokah Group ? apakah anda merasa nilainya sebanding dengan apa yang anda bayarkan ?

Jawaban informan ke 1: Fatonah: menurut orang seperti saya yang hidup biasa, harganya lumayan sangat mahal, akan tetapi barang yang didapatkan sesuai dengan harga nya.

Jawaban informan ke 2: Rendy: Sejauh ini menurut saya PT. Sepatrex Barokah Group masih wort it, karena barang yang saya terima dengan apa yang saya bayarkan masih bisa sepadan.

Pertanyaan ke 2: Apakah ada aspek pelayanan yang menonjol atau membuat anda merasa kurang puas saat berbelanja pada PT. Sepatrex Barokah Group ?

Jawaban informan ke 1: Fatonah: tidak ada.

Jawaban informan ke 2: Rendy: tidak ada, karena saya puas dengan pelayanan nya.

Pertanyaan ke 3: Apakah ada fitur atau pelayanan tambahan yang anda harapkan pada PT. Sepatrex Barokah Group meningkatkan pengalaman berbelanja anda ? Jawaban informan ke 1: Fatonah: tidak ada.

Jawaban informan ke 2: Rendy: saya harap PT. Sepatrex Barokah Group bisa memaksimalkan lagi dalam hal pengiriman barang agar lebih cepat, kebijakan pengembalian yang fleksibel, dan layanan pelanggan yang responsif. Pertanyaan ke 4: Apakah ada hal-hal tertentu yang membuat anda kembali berbelanja sebagai pelanggan, terlepas dari faktor harga ?

Jawaban informan ke 1: Fatonah: ada, mulai dari barang yang bagus-bagus, berkualitas dan pelayanan juga oke. Jawaban informan ke 2: Rendy: pengalaman berbelanja yang menyenangkan, kualitas produk yang baik, dan hubungan yang baik dengan pelanggan.

Pertanyaan ke 5: Apakah anda memiliki saran atau masukan untuk PT. Sepatrex Barokah Group dalam hal harga, pelayanan, atau kualitas produk yang dapat membantu meningkatkan pengalaman berbelanja anda ?

Jawaban informan ke 1: Fatonah: tidak ada, karena semua nya bagus. Jawaban informan ke 2: Rendy: saran saya adalah untuk mendengarkan umpan balik pelanggan secara teratur dan terbuka untuk perubahan. Hal ini dapat membantu PT. Sepatrex Barokah Group untuk menyesuaikan harga, meningkatkan pelayanan, dan memperbaiki kualitas produk agar sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap PT. Sepatrex Barokah Group maka peneliti terjun langsung untuk melakukan wawancara kepada informan yaitu: pemilik dan konsumen PT. Sepatex Barokah Group. Analisis dan Interpretasi data. Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang menganalisis kepuasan konsumen terhadap PT. Sepatrex Barokah Group. Terdapat beberapa hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen yakni harga, kualitas produk, dan pelayanan. Rumusan masalah yang digunakan peneliti ini adalah: Pertama, Faktor-faktor apa saja yang menetukan kepuasan konsumen pada PT. Sepatrex Barokah Group ? Kedua, Bagaimana tingkat kepuasan konsumen pada PT. Sepatrex Barokah Group?

Dari uraian rumusan masalah diatas dapat ditarik kesimpulan hasil data dari observasi, wawancara, dan dokumentasi bahwasanya faktor-faktor yang menentukan kepuasan konsumen ialah harga, kualitas produk, dan pelayanan. Adapun tingkat kepuasan konsumen yang berbeda berdasarkan dari hasil analisis, menurut jawaban informan pertama merasa harga produk terlalu mahal sedangkan informan kedua merasa puas terhadap harga produk karena harga yang dibayarkan sebandingkan dengan produk yang diperoleh, sedangkan hasil dari analisis kualitas produk informan pertama dan kedua menyatakan puas dengan produk yang didapat karena kualitas yang bagus dan sesuai kebutuhan mereka. Sedangkan hasil dari analisis kualitas pelayanan informan pertama merasa puas dengan pelayan yang diberikan saat berbelanja di PT. Sepatrex Barokah Group namun informan kedua sedikit kurang puas terhadap pelayanan di karenakan pengiriman produk yang sedikit lebih lama.

**SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian melalui observasi dan wawancara dapat disimpulkan bahwasanya terdapat beberapa faktor dalam kepuasan konsumen yakni harga, kualitas produk, dan pelayanan. Berdasarkan Hasil dari jawaban informan pertama dan ke dua mengenai harga pada produk PT. Sepatrex Barokah Group ialah informan pertama menjawab terlalu mahal sedangkan informan ke dua merasa puas dan cocok dengan harga yang sebanding dengan kualitas produk. Sedangkan hasil dari jawaban informan pertama dan kedua mengenai kualitas produk mereka sama-sama menyatakan puas terhadap produk yang di beli pada PT. Sepatrex Barokah Group karena kualitas produk yang baik dan sesuai kebutuhan, sedangkan untuk jawaban informan pertama dan kedua mengenai kualitas pelayanan yang diberikan informan pertama merasa puas dengan pelayanan karyawan yang ada namun informan ke dau merasakan sedikit kurang puas terhadap pelayan dikarenakan pengiriman produk yang sedikit lama.

Berdasarkan hasil analisis pada tingkat kepuasan konsumen yang didapat saat berbelanja di PT. Sepatrex Barokah Group bahwasanya tingkat kepuasan konsumen saat berbelanja di peroleh pada faktor kualits produk informan pertama dan kedua sama-sama menyatakan puas pada produk yang diperoleh, sedangkan faktor kedua ialah harga, dan faktor ketiga ialah kualitas pelayanan.

**DAFTAR PUSTAKA**

Butarbutar, M., Efendi, Simatupang, S., Butarbutar, N., & Naomi, D. S. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pininta Coffee Pematangsiantar. *Jurnal Manajemen*.

Handayani, R. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Konsumen Di Pong-Pong Cafe Lamongan. *volume no.3, Oktober 2016*.

Hotimah, Septiana, A., & Dawam, A. (2022). Analisis Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan dan Produktivitas Petani dalam Perspektif Ekonomi Regional (Studi Pada Petani Jagungdi desa Plaggiran Kecamatan Tanjungbumi Kabupaten Bangklan) . *Jurnal Manajemen dan Sains*.

Imealda, S. Y., Kartika, N. K., & Kurniawati, Y. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Memilih Toko Baju Alya Fashion. *Volume 4 Nomor 1 Tahun 2023*.

Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan.* Surabaya.

Lestiyono, U. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen CV. Multi Usaha Raya Jepara.* Semarang.

Pranitasari, D., & Nurafif, A. S. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shoppe Menggunakan Metode E-Service Quality Dan Kartesius. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen (AM)*.

Steyfli, F. M., L, J. S., & Supandi, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado. *Vol.6 No.3 Juli 2018*.

Sudaryono, D. (2018). *Metodologi Penelitian.* Depok.

Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung.

Yudi, I. (2022). Analisis Dampak Pengembangan Wisata Mangrove di Masa PPKM Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Sepuluh Kabupaten Bangkalan.

Zahroh, A., Arisinta, O., & Ulum, R. (2023). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Melalui Manajemen Pelayanan Pada Restoran Bebek Sinjay Bangkalan. *JURKAMI Volume 8, Nomor 2, 2023*.

Zulfiana, A. (2021). Analisis Faktor - Faktor Kepuasan Konsumen Pada PT. Mega Elektronik Cabang Depok. 1-8.