

**PENGARUH HARGA, LOKASI DAN DAYA BELI TERHADAP *REPEAT*
BUYING KONSUMEN UMK SHELTER STADION BIMA KOTA
CIREBON**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Disusun oleh

NI'MAL MAULA KHADAFI

NIM : 2108204036

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON
TAHUN 2025 M / 1446 H**

ABSTRAK

Ni'mal Maula Khadafi. NIM: 2108204036. "PENGARUH HARGA, LOKASI DAN DAYA BELI TERHADAP *REPEAT BUYING* PADA KONSUMEN UMK SHELTER STADION BIMA KOTA CIREBON"

Perilaku konsumen yang terus berubah setiap harinya ditambah kondisi ekonomi yang fluktuatif membuat para konsumen terutama dari golongan menengah kebawah cenderung sensitif terhadap harga. Konsumen terutama dari golongan menengah cenderung memaksimalkan pendapatannya demi memenuhi keinginannya dengan produk murah, lokasi yang strategis, daya beli yang stabil sehingga dapat melakukan pembelian ulang produk yang diinginkan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, lokasi dan daya beli terhadap *repeat buying* konsumen di UMK Shelter Stadion Bima Kota Cirebon, metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen UMK Shelter konsumen dengan menggunakan rumus lemeshow didapatkan hasil sampel 80 konsumen. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, angket/kuesioner dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa harga memiliki nilai t hitung sebesar 2,307, yang artinya t hitung $> t$ tabel ($2,307 > 1,665$) dan nilai (Sig) sebesar $0,024 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap repeat buying. lokasi memiliki nilai t hitung sebesar 5,132, yang artinya t hitung $> t$ tabel ($5,132 > 1,665$) dan nilai (Sig) sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap repeat buying dan daya beli memiliki nilai t hitung sebesar 1,733, yang artinya t hitung $> t$ tabel ($1,733 > 1,665$) dan nilai (Sig) sebesar $0,542 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan daya beli secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap repeat buying. Begitu juga dengan hasil uji F menunjukan bahwa F hitung $> F$ tabel ($40.362 > 3.12$) dan nilai (Sig) sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan harga, lokasi dan daya beli secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap repeat buying. Sedangkan hasil analisis koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) diperoleh nilai sebesar 0,599 atau 59,9%. Hal ini menunjukan bahwa repeat buying dipengaruhi oleh harga, lokasi dan daya beli sebesar 59,9%. Sedangkan sisanya yaitu 40,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Kata kunci : Harga, Lokasi, Daya Beli, Repeat Buying

ABSTRACT

Ni'mal Maula Khadafi. NIM: 2108204036. "THE EFFECT OF PRICE, LOCATION, AND PURCHASING POWER ON REPEAT BUYING AMONG CONSUMERS OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES AT THE BIMA STADIUM SHELTER IN CIREBON CITY"

Consumer behavior changes daily, and combined with fluctuating economic conditions, consumers, especially those from the lower-middle class, tend to be price sensitive. Consumers, especially those from the middle class, tend to maximize their income in order to fulfill their desires for inexpensive products, strategic locations, and stable purchasing power so that they can repurchase the products they want.

This study aims to analyze the effect of price, location, and purchasing power on repeat buying by consumers at UMK Shelter Stadion Bima Kota Cirebon. The research method used a descriptive quantitative approach with a population consisting of all UMK Shelter consumers. Using the Lemeshow formula, a sample of 80 consumers was obtained. The data analysis method used multiple linear regression analysis. Data collection techniques included observation, questionnaires, and documentation.

The results of this study indicate that price has a t-value of 2.307, which means that $t\text{-value} > t\text{-table}$ ($2.307 > 1.665$) and a (Sig) value of $0.024 < 0.05$, so it can be concluded that business capital partially has a positive and significant effect on repeat buying. Labor has a t-value of 5.132, which means that $t\text{-value} > t\text{-table}$ ($5.132 > 1.665$) and a (Sig) value of $0.000 < 0.05$, so it can be concluded that location partially has a positive and significant effect on repeat buying. Purchasing power has a t-value of 1.733, which means $t\text{-value} > t\text{-table}$ ($1.733 > 1.665$) and a (Sig) value of $0.542 > 0.05$, so it can be concluded that purchasing power partially has a negative and insignificant effect on repeat buying. Similarly, the F test results show that $F\text{ count} > F\text{ table}$ ($40.362 > 3.12$) and the (Sig) value is $0.000 < 0.05$, so it can be concluded that price, location, and purchasing power simultaneously have a positive and significant effect on repeat buying. Meanwhile, the results of the coefficient of determination (Adjusted R Square) analysis obtained a value of 0.599 or 59.9%. This shows that repeat buying is influenced by price, location, and purchasing power by 59.9%. The remaining 40.1% is influenced by other factors not included in this study. Keywords: Price, Location, Purchasing Power, Repeat Buying.

Keywords: Price, Location, Purchasing Power, Repeat Buying

الملخص

الشراء تكرر على الشرائية والقوة والموقع السعر تأثير " ٢١٠٨٢٠٤٠٣٦: الطلابية الهوية رقم. نَعْمَلْ مَوْلَى خَذَافِي "سيربيون مدينة بيما، في شيلتر ملعب في الصغيرة الشركات مستهلكي بين

يجعل مما الاقتصادية، الأوضاع في التقلبات إلى إضافةً آخر، إلى يوم من باستمرار المستهلكين سلوك يتغير هؤلاء ويسعى. الأسعار تجاه حساسية أكثر دونها، وما المتوسطة الفئات من وخاصة المستهلكين، على الحصول خلال من رغباتهم لتلبية دخلهم تعظيم إلى المتوسطة، الفئة من سيما ولا المستهلكون، مستقرة، شرائية قوة على والاعتماد الاستراتيجي، الوصول ذات المواقع واختيار الثمن، منخفضة المنتجات تحليل إلى وهدفت. كمياً نهجاً الدراسة هذه بها استخدمت يرغبون التي المنتجات شراء إعادة من يمكنهم مما والمتناهية الصغيرة المؤسسات في المستهلكين قبل من الشراء تكرر على الشرائية والقوة والموقع السعر تأثير بيم ملعب الصغر

في المستهلكين شراء تكرر على الشراء وقوة والموقع، السعر، تأثير تحليل إلى الدراسة هذه تهدف . كمي بحث منهجية الدراسة استخدمت. سيربيون مدينة في "بيما استاد مأوى" الصغيرة الميكرو مشروع خلال ومن المأوى، في الصغيرة الميكرو مشروع مستهلكي جميع تشمل الدراسة عينة كانت حيث وصفي، المتعدد الخطي الانحدار تحليل استخدام تم. مستهلكاً ٨٠ من عينة على الحصول تم ليمشو معادلة استخدام. والتوثيق والاستبيانات، الملاحظة، باستخدام البيانات جمع تم. البيانات لتحليل

الدلالة قيمة وأن، (٢,٣٠٧ > ١,٦٦٥) > أن يعني مما ٢,٣٠٧، قدرها قيمة له السعر أن إلى البحث هذا نتائج تشير أما المتكرر الشراء على جزئياً ومعنوياً إيجابياً تأثيراً يؤثر السعر أن الاستنتاج يمكن وبالتالي ٠,٠٥ < ٠,٠٢٤ هي أن يعني مما ٠,٠٥ < ٠,٠٠٠ هي الدلالة وقيمة، (٥,١٣٢ > ١,٦٦٥) أن أي ٥,١٣٢، قدرها قيمة فله الموقع أن أي ١,٧٣٣، قدرها قيمة لها الشرائية القوة بينما. المتكرر الشراء على جزئياً ومعنوياً إيجابياً تأثيراً يؤثر الموقع وغير سلبياً تأثيراً تؤثر الشرائية القوة أن إلى يشير مما ٠,٠٥ > ٠,٥٤٢ هي الدلالة قيمة ولكن (١,٦٦٥ > ١,٧٣٣) ٠,٠٠٠ هي الدلالة وقيمة (٤٠,٣٦٢ > ٣,١٢) أن اختبار نتائج أظهرت كذلك، المتكرر الشراء على جزئياً معنوي الشراء على متزامن بشكل ومعنوياً إيجابياً تأثيراً يؤثر الشرائية والقوة والموقع السعر أن على يدل مما ٠,٠٥ < بالسعر يتأثر المتكرر الشراء أن إلى يشير مما ٥٩,٩٪، أو ٠,٥٩٩ بلغت فقد التحديد معامل تحليل نتيجة أما. المتكرر هذه تشملها لم أخرى بعوامل تتأثر ٤٠,١٪ وهي المتبقية النسبة أن حين في ٥٩,٩٪، بنسبة الشرائية والقوة والموقع الدراسة.

المتكرر الشراء الشرائية، القوة الموقع، السعر، :البحث الكلمات

PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

PENGARUH HARGA, LOKASI DAN DAYA BELI TERHADAP *REPEAT BUYING* PADA KONSUMEN UMK SHELTER STADION BIMA KOTA CIREBON

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Oleh:

NI'MAL MAULA KHADAFI

NIM : 2108204036

Pembimbing:

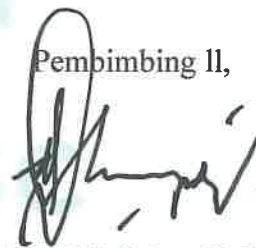
Pembimbing I,



Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si

NIP. 19731125 201411 1002

Pembimbing II,



Dr. H. Didi Sukardi, M.H

NIP. 19691226 200912 1001

Mengetahui:

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,



Dr. H. Achmad Qiong Busthomi, Lc., M.Ag

NIP. 19731223 200701 1022

NOTA DINAS

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon
di Cirebon

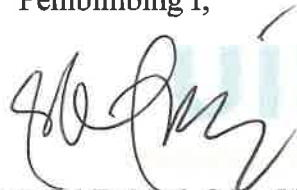
Assalamualaikum wr.wb

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara/i Ni'mal Maula Khadafi, Nim: 2108204036 dengan judul **"PENGARUH HARGA, LOKASI DAN DAYA BELI TERHADAP REPEAT BUYING PADA KONSUMEN UMK SHELTER STADION BIMA KOTA CIREBON"**. Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut diatas sudah dapat diajukan pada Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqosyahkan.

Wassalamualaikum wr.wb

Menyetujui:

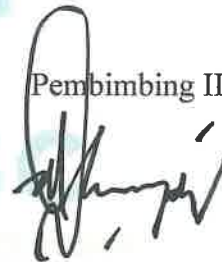
Pembimbing I,



Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si

NIP. 19731125 201411 1002

Pembimbing II,



Dr. H. Didi Sukardi, M.H

NIP. 19691226 200912 1001

Mengetahui:

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,



Dr. H. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag

NIP. 19731223 200701 1022

LAMPIRAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul: “PENGARUH HARGA, LOKASI DAN DAYA BELI TERHADAP *REPEAT BUYING* PADA KONSUMEN UMK SHELTER STADION BIMA KOTA CIREBON”. Oleh Ni'mal Maula Khadafi, Nim: 2108204036, telah diajukan dalam sidang Munaqosah Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 20 April 2026.

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) pada Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.

Sidang Munaqosah:



Ketua Sidang,

Dr. H. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag

NIP. 19731223 200701 1022

Sekretaris Sidang,

Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si

NIP. 19731125 201411 1002

Penguji I,

Dr. Hj. Dewi Fatmasari, M.Si

NIP. 19730107 200901 2001

Penguji II,

Dr. Abdul Nasir, M.E.Sy.

NIP. 19890421 202012 1006

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ni'mal Maula Khadafi
NIM : 2108204036
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 28 Juli 2003
Alamat : Jakarta, RT/RW 02/06, Cidodol, Kelurahan
Grogol Selatan Kecamatan Kebayotan Lama Kota
Jakarta Selatan

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **“Pengaruh Harga, Lokasi dan Daya Beli terhadap Repeat Buying pada Konsumen UMK Shelter Stadion Bima Kecamatan Kesambi Kota Cirebon”** ini beserta isinya adalah benar-benar karya sendiri. Seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Dengan pernyataan ini, saya bersedia menerima segala risiko atau sanksi yang diberikan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, jika di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terkait keaslian karya saya ini.

Cirebon, 21 April 2026

Saya yang menyatakan

Ni'mal Maula Khadafi

NIM. 2108204036

KATA PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penyusun panjatkan kehadirat Allah Swt. yang telah melimpahkan rahmat dan inayah-Nya sehingga laporan penelitian skripsi yang berjudul "Pengaruh Harga, Lokasi dan Daya Beli terhadap Repeat Buying Pada Konsumen UMK Shelter Stadion Bima Kota Cirebon" ini dapat diselesaikan.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada seluruh Dosen dan Staf Jurusan Ekonomi Syariah, khususnya pada dosen pembimbing Bapak Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si dan Bapak Dr. H. Didi Sukardi, M.H atas bimbingan dan arahan yang diberikan sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan.

Kepada teman teman seperjuangan dalam menyelesaikan skripsi, yakni teman satu kelas yang telah meluangkan waktunya berbagi informasi mengenai penulisan skripsi ini dan teman seperjuangan. Terutama teman yang selalu menemani penulis dalam menyusun skripsi ini dalam kondisi apapun, penulis ucapkan terima kasih.

Serta orang-orang disekitar penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu namanya, terima kasih telah memberikan motivasi dan semangat pantang menyerah untuk terus berjuang.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Ni'mal Maula Khadafi yang dilahirkan di Jakarta, pada tanggal 28 Juli 2003. Penulis adalah anak pertama dari pasangan Bapak Yuyun Yuniawan dan Ibu Lia Waslia. Alamat tinggal penulis bertempat di Cidodol, RT/RW 02/06, Desa Cidodol, Kecamatan Kebayoran Lama Kota Jakarta.

Jenjang pendidikan yang pernah ditempuh penulis:

1. SDN 09 Jakarta, 2009-2015
2. MTS ANNAJAH, 2015-2018
3. MAN 19 Jakarta, 2018-2021

Penulis mengikuti program S1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon dan mengambil Judul Skripsi: **“Pengaruh Harga, Lokasi dan Daya Beli terhadap Repeat Buying pada Konsumen UMK Shelter Stadion Bima Kecamatan Kesambi Kota Cirebon”**. Dibawah bimbingan Bapak Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si dan Bapak Dr. H. Didi Sukardi, M.H.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

KATA PENGANTAR

الحمد لله فضل بني ادم بالعلم والعمل علي جميع العالم

والصلاة والسلام علي سيدنا محمد سيد العرب والعجم

وعلي اله وأصحابه ينابيع العلوم والحكم

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Swt yang telah melimpahkan rahmat dan inayah-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga, Lokasi dan Daya Beli terhadap Repeat Buying pada Konsumen UMK Shelter Stadion Bima Kecamatan Kesambi Kota Cirebon” ini dapat diselesaikan.

Perilaku konsumen adalah studi atau proses yang melibatkan bagaimana individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, serta mengevaluasi produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. perilaku konsumen yang terus berubah setiap harinya , serta harga kebutuhan pokok yang terus meningkat menyebabkan konsumen kesulitan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya, sehingga perlu penelitian untuk mengkaji lebih dalam penelitian tersebut.

Laporan hasil penelitian skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagai persyaratan untuk mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Ekonomi Syariah (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Pelaksanaan penelitian dan penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik berkat dukungan dan kerjasama dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak:

1. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag , Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. H. Didi Sukardi, M.H, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.
3. Bapak Dr. H. Achmad Otong Busthomi, Lc, M.Ag, Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
4. Seluruh Dosen Jurusan Ekonomi Syariah, terima kasih atas ilmu yang telah diberikan kepada penulis

5. Seluruh Staf Jurusan Ekonomi Syariah, terima kasih telah membantu penulis selama menyusun skripsi ini.
6. Bapak Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing I Skripsi, terima kasih banyak atas kesediaannya dalam membimbing, memberikan masukan, mengarahkan, mendengarkan kesulitan penulis dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
7. Bapak Dr. H. Didi Sukardi, M.H selaku Dosen Pembimbing II Skripsi, terima kasih banyak telah meluangkan waktunya untuk terus membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini
8. Kedua orang tua dan keluarga besar yang senantiasa memberikan semangat dan do'a serta motivasi dalam penulisan skripsi ini.
9. Seluruh konsumen UMK Shelter Kota Cirebon yang telah bersedia memberikan data selama penelitian.
10. Seluruh teman teman Jurusan Ekonomi Syariah yang berjuang dari awal perkuliahan sampai dengan penulisan skripsi ini selesai. Semoga kita semua dapat menjadi orang yang bermanfaat.
11. Seluruh teman kelas Ekonomi Syariah A yang telah menemani dan memberi arahan selama pembelajaran kuliah. Penulis ucapkan terima kasih banyak.
12. Penulis ucapkan terima kasih kepada aliyantri adam dan dea nugraha yang sudah bersedia membantu untuk memberi arahan di stadion bima sampai selesai dan memberikan arahan serta menemani ketika bimbingan.
13. Teruntuk teman seperjuangan aliyantri adam, dea nugraha, saptaji maulana, alan tirta bahrudin, muhamad hilda, gilang ahmad ramdhan, riki royanda, taufiq yahya, dan muhamad raka purnama yang sudah memberikan dukungan, motivasi, semangat selama kuliah dan menjadi orang-orang yang selalu berada di balik layar, semoga segala urusannya selalu dilancarkan.
14. Teruntuk grup musik guns n roses. Terima kasih telah membuat lagu berjudul "don't cry" yang membuat penulis kembali semangat dalam perjalanan menyelesaikan skripsi ini.

15. Semua pihak yang terlibat dan tidak sempat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dan dorongan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Tiada kata yang dapat penulis ungkapkan kepada pihak yang terlibat dalam proses skripsi ini, melainkan hanya untaian do'a, semoga kelak Allah SWT membalas kebaikan berlipat-lipat ganda. Harapan Penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan.

Cirebon, 11 Juni 2026

Penulis



Ni'mal Maula Khadafi

Nim. 2108204036

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT	iii
الملخص.....	iv
PERSETUJUAN PEMBIMBING	v
NOTA DINAS.....	vi
LAMPIRAN PENGESAHAN	vii
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	viii
KATA PERSEMBAHAN	ix
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
PEDOMAN LITERASI.....	xix
BAB I.....	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Identifikasi Masalah.....	8
3. Batasan Masalah.....	8
4. Rumusan Masalah.....	9
5. Tujuan Penelitian.....	9
6. Manfaat Penelitian.....	10
7. Sistematika Penulisan	10
BAB II.....	12
A. Landasan Teori	12
1. Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan	12
2. Harga.....	13
3. Lokasi.....	14
4. Daya Beli.....	15
5. <i>Repeat Buying</i> (Pembelian Ulang).....	17
B. Penelitian Terdahulu	20
C. Kerangka Pemikiran.....	25
D. Pengembangan Hipotesis	25

BAB III	30
A. Tempat dan Waktu Penelitian	30
B. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	30
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	30
D. Sumber Data	31
E. Teknik Pengumpulan Data	32
F. Operasional Variabel.....	32
G. Teknik Analisis Data	34
BAB IV	41
A. Gambaran Umum	41
B. Karakteristik Responden.....	42
C. Hasil Analisa Data Statistik.....	43
D. Pembahasan.....	51
BAB V.....	61
A. Kesimpulan	61
B. Implikasi	62
C. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN	70

