

Judul Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga,
Penelitian : Dan Varian Produk Terhadap Loyalitas
Pelanggan Di Mr.Diy Dhoho Plaza Kediri

Dosen : Edi Murdiyanto, S.H., M.M
Pembimbing : Agung Pambudi Mahaputra,
S.E., M.M
Nama : Yusron Wili Nursholikhah
Mahasiswa
NPM : 21130210199

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan membuktikan hipotesis tentang pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan varian produk terhadap loyalitas pelanggan di MR.DIY Doho Plaza Kediri. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan metode yang digunakan dalam penelitian adalah kuantitatif. Pengambilan sampel ini bertujuan untuk menghasilkan data sampel yang valid dan dapat mewakili seluruh populasi, maka peneliti menggunakan rumus slovin dalam melakukan perhitungan jumlah sampel yang akan digunakan. Teknik pengambilan sampel *Non-Probability Purposive Sampling*, yang berjumlah 97 responden dari 3000 populasi. Teknik analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji regresi linier berganda, uji t (parsial), uji F (simultan), koefisien determinan (R^2) yang diolah menggunakan SPSS versi 25.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan tingkat signifikansi $0,029 < 0,05$ dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,225 > 1,662$. Variabel persepsi harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas

pelanggan dengan tingkat signifikansi $0,003 < 0,05$ dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,067 > 1,662$. Variabel varian produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan tingkat signifikansi $0,009 < 0,05$ dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,675 > 1,662$. Dan ketiga variabel tersebut menunjukkan hasil yang berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $6.038 > 2.70$. Besar pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan varian produk yaitu sebesar 43,8% sedangkan sisanya sebesar 56,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

Kata Kunci: Kualitas Produk. Persepsi Harga. Varian Produk. Loyalitas Pelanggan.

Research Title : **Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Varian Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Mr.Diy Dhoho Plaza Kediri**

Advisor : Edi Murdiyanto, S.H., M.M
: Agung Pambudi Mahaputra,
S.E., M.M
Student Name : Yusron Wili Nursholikah
NPM : 21130210199

ABSTRACT

This research aims to explain and prove the hypothesis regarding the influence of product quality, price perception, and product variants on customer loyalty at MR.DIY Dhoho Plaza Kediri. This study employs a descriptive approach with a quantitative method. The sampling is intended to produce valid sample data that can represent the entire population, therefore the researcher uses the Slovin formula in calculating the number of samples to be used. The sampling technique employed is Non-Probability Purposive Sampling, involving 97 respondents from a population of 3000. The analytical techniques used include validity testing, reliability testing, normality testing, multicollinearity testing, heteroscedasticity testing, multiple linear regression testing, partial (t-test), simultaneous (F-test), and the coefficient of determination (R²), all processed using SPSS version 25.

Based on the research findings, it shows that the product quality variable has a positive and significant effect on customer loyalty with a significance level of $0.029 < 0.05$, where $t_{\text{calculated}} < t_{\text{table}}$. The price perception variable also has a positive and significant impact on customer loyalty with a significance level of $0.003 < 0.05$, where $t_{\text{calculated}} < t_{\text{table}}$. Furthermore, the product variant variable positively and

significantly influences customer loyalty with a significance level of $0.009 < 0.05$, where $t_{\text{calculated}} < t_{\text{table}}$. All three variables demonstrate a simultaneous and significant effect on customer loyalty with a significance value of $0.001 < 0.05$, where $F_{\text{calculated}} < F_{\text{table}}$. The influence of product quality, price perception, and product variants accounts for 43,8% , while the remaining 56,2% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Product Quality. Price Perception. Product Variation. Customer Loyalty.

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
ABSTRAKSI	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	xix
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Masalah	6
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1 Manfaat Operasional	7
1.5.2 Manfaat Akademik	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Tinjauan dan Kajian Pustaka	12
2.2.1 Manajemen Pemasaram	12
2.2.2 Kualitas Produk	14
2.2.3 Persepsi Harga	24
2.2.4 Varian Produk.....	28
2.2.5 Loyalitas Pelanggan.....	31
2.3 Teori Pengaruh Antar Variabel	37

2.3.1	Pengaruh antara variabel Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	37
2.3.2	Pengaruh antara variabel Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	38
2.3.3	Pengaruh antara variabel Varian Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	39
2.3.4	Pengaruh antara variabel Kualitas Produk , Persepsi Harga, dan Varian Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	39
2.4	Kerangka Teoritik.....	40
2.5	Formula Hipotesis	41
2.5.1	Pengaruh Kualitas Produk secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan MR.DIY	41
2.5.2	Pengaruh Persepsi Harga secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan MR.DIY	41
2.5.3	Pengaruh Varian Produk secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan MR.DIY	42
2.5.4	Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Varian Produk secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan MR.DIY	42
2.6	Hipotesis Operasional.....	43
BAB III METODE PENELITIAN		45
3.1	Ruang Lingkup Penelitian	45
3.2	Jenis Penelitian.....	45
3.3	Lokasi Penelitian.....	45
3.4	Populasi Dan Sampel	46
3.4.1	Populasi	46
3.4.2	Sampel.....	46
3.5	Teknik Pengambilan Sampel	46
3.6	Penentuan Jumlah Sampel.....	47
3.7	Data Dan Teknik Pengumpulannya	48

3.7.1	Sifat Data.....	48
3.7.2	Sumber Data.....	48
3.7.3	Teknik Pengumpulan Data	49
3.8	Identitas Variabel.....	50
3.8.1	Variabel Independen (Variabel Bebas).....	51
3.8.2	Variabel Dependen (Variabel Terikat)	51
3.9	Definisi Operasional Variabel	51
3.10	Teknik Analisis	59
3.10.1	Analisis Statistik.....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		65
4.1	Hasil Penelitian.....	65
4.1.1	Gambaran Umum Dan Profil MR.DIY.....	65
4.1.2	Tujuan MR.DIY	65
4.1.3	Struktur Organisasi.....	65
4.2	Pembahasan Dan Hasil Penelitian	67
4.2.1	Deskripsi Responden.....	67
4.2.2	Analisis Distribusi Frekuensi Variabel.....	71
4.2.3	Hasil Analisis Statistik.....	84
4.3	Pembahasan dan Interpretasi Hasil Penelitian	95
4.3.1	Pengaruh Secara Parsial Kualitas Produk (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan MR.DIY Dhoho Plaza Kota Kediri	96
4.3.2	Pengaruh Secara Parsial Persepsi Harga (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan MR.DIY Dhoho Plaza Kota Kediri	96
4.3.3	Pengaruh Secara Parsial Varian Produk (X3) Terhadap Loyalitas Pelanggan MR.DIY Dhoho Plaza Kota Kediri	97
4.3.4	Pengaruh Secara Simultan Kualitas Produk (X1), Persepsi Harga (X2), dan Varian Produk (X3)	

Terhadap Loyalitas Pelanggan MR.DIY Dhoho Plaza Kota Kediri	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Saran	99
5.2.1 Saran Bagi Operasional	99
5.2.2 Saran Bagi Akademik	100
5.2.3 Bagi Peneliti Selanjutnya	100
DAFTAR PUSTAKA	103

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	50
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	51
Tabel 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	68
Tabel 4. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	70
Tabel 4. 4 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	70
Tabel 4. 5 Distribusi Responden Berdasarkan Berapa Kali Berkunjung di MR DIY	71
Tabel 4. 6 Distribusi jawaban responden untuk variabel Kualitas Produk (X1).....	72
Tabel 4. 7 Distribusi jawaban responden untuk variabel Persepsi Harga (X2).....	77
Tabel 4. 8 Distribusi jawaban responden untuk variabel Varian Produk (X3)	80
Tabel 4. 9 Distribusi jawaban responden untuk variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	82
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas	85
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas.....	88
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas	89
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinieritas	90
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	92
Tabel 4. 15 Hasil Uji t	93
Tabel 4. 16 Hasil Uji F	94
Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Penjualan Ritel di Indonesia Tahun 2023.....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Teoritik.....	40
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi MR.DIY	66
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heterokedastisitas	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 KUESIONER PENELITIAN	107
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden	116
Lampiran 3 Distribusi Frekuensi Profil Responden.....	133
Lampiran 4 Distribusi Frekuensi Variabel.....	136
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas.....	152
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas	164
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik	165
Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	167
Lampiran 9 R Tabel	169
Lampiran 10 t Tabel	170
Lampiran 11 F Tabel	171
Lampiran 12 Berita Acara Ujian Kualifikasi	172
Lampiran 13 Berita Acara Bimbingan Skripsi	173
Lampiran 14 Dokumentasi Pelaksanaan Penelitian.....	175
Lampiran 15 Cek Plagiarisme	177