

**PENGARUH VARIASI PRODUK, HARGA DAN CITA RASA
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA
TAHU SADIS JOYOBOYO KOTA KEDIRI**

SKRIPSI



Oleh :

Nama : Ria Setya Agustin
NPM : 19.13021.0207
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM KADIRI
FAKULTAS EKONOMI
KEDIRI
2023**

Judul Penelitian : Pengaruh Variasi Produk, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Tahu Sadis Joyoboyo Kota Kediri

Dosen Pembimbing : Dr. Deby Santyo R, S.E., M.M
Anita Sumelvia D, S.I.Kom., M.M
Nama Mahasiswa : Ria Setya Agustin
NPM : 19.13021.0207

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel variasi produk (X_1) harga (X_2) dan cita rasa (X_3) terhadap loyalitas konsumen (Y) pada Tahu Sadis Joyoboyo Kota Kediri. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Pemilihan sampel menggunakan metode sampling jenuh, jumlah sampel dalam penelitian diperoleh sebanyak 85 responden pada Tahu Sadis Joyoboyo Kota Kediri. Data penelitian ini diperoleh melalui kuesioner, wawancara, dan studi literatur. Tehnik analisis yang digunakan yaitu Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis regresi linier berganda, Uji t , Uji F dan Uji koefisien Determinasi.

Hasil penelitian diperoleh persamaan regresi linier berganda $Y = -4,748 + 0,470X_1 + 0,283X_2 + 0,569X_3$ dan hasil Uji t variabel variasi produk, harga dan cita rasa berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas konsumen dengan hasil $\text{sig} < 0,05$. Hasil uji F diperoleh hasil F_{hitung} dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa variasi produk, harga dan cita rasa berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Tahu Sadis Joyoboyo Kediri.

Kata Kunci: Variasi Produk, Harga, Cita Rasa, Loyalitas Konsumen

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I : PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	6

BAB II : LANDASAN TEORI..... 7

2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Tinjauan Dan Kajian Pustaka.....	10
2.2.1 Manajemen Pemasaran	10
2.2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	10
2.2.2 Variasi Produk.....	11
2.2.2.1 Pengertian Variasi produk	11
2.2.2.2 Tujuan variasi produk.....	12
2.2.2.3 Indikator Variasi produk.....	12
2.2.3 Harga.....	13
2.2.3.1 Pengertian Harga	13
2.2.3.2 Atribut harga.....	13
2.2.3.3 Indikator harga.....	15
2.2.4 Cita rasa.....	16
2.2.4.1 Pengertian Cita Rasa.....	16

2.2.4.2 Indikator Cita Rasa.....	17
2.2.5 Loyalitas Konsumen	18
2.2.5.1 Pengertian Loyalitas Konsumen.....	18
2.2.5.2 Tahapan Loyalitas.....	18
2.2.5.3 Indikator Loyalitas Konsumen	21
2.3 Hubungan antar variabel	21
2.3.1 Pengaruh variasi produk terhadap loyalitas konsumen.....	21
2.3.2 Pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen.....	22
2.3.3 Pengaruh cita rasa terhadap loyalitas konsumen.....	22
2.4 Kerangka Teoritik	22
2.5 Hipotesis.....	22
2.5.1 Pengaruh Variasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen	23
2.5.2 Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen	23
2.5.3 Pengaruh Citarasa Terhadap Loyalitas Konsumen	23
2.5.4 Pengaruh Variasi Produk, Harga dan Cita Rasa terhadap LoyalitasKonsumen.....	24
BAB III : METODE PEBELITIAN	26
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	26
3.2 Jenis Penelitian.....	26
3.3 Lokasi Penelitian.....	26
3.4 Populasi Dan Sampel Penelitian	27
3.4.1 Populasi	27
3.4.2 Sampel.....	27
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.5 Data dan Teknik Pengumpulannya	29
3.5.1 Data	29
3.6 Teknik Pengumpulan Dta.....	30
3.7 Identifikasi Variabel.....	31
3.8 Definisi Operasional Variabel.....	32
3.9 Teknik Analisis Data.....	34
3.9.1 Uji Validitas	34

3.9.2 Uji Reliabilitas.....	35
3.9.3 Uji Asumsi Klasik	35
3.9.3.1 Uji Normalitas.....	35
3.9.3.2 Uji Multikolinearitas.....	35
3.9.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	36
3.9.3.4 Uji Linieritas	36
3.9.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	37
3.9.5 Uji Parsial (Uji t).....	37
3.9.6 Uji Simultan (Uji F)	38
3.9.7 Koefisien Determinasi (R^2)	38
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Hasil Penelitian	39
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	39
4.1.2 Visi Misi	39
4.1.3 Karakteristik Responden	40
4.1.4 Distribusi Frekuensi Variabel.....	41
4.1.4.1 Distribusi Frekuensi Variabel Variasi Produk	41
4.1.4.2 Distribusi Frekuensi Variabel Harga	43
4.1.4.3 Distribusi Frekuensi Variabel Cita Rasa.....	45
4.1.4.4 Distribusi Frekuensi Variabel Loyalitas Konsumen	47
4.2 Analisis Data	49
4.2.1 Uji Validitas	49
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	50
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	50
4.2.3.1 Uji Normalitas.....	50
4.2.3.2 Uji Multikolinearitas.....	50
4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	52
4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
4.2.5 Uji T	54
4.2.6 Uji F.....	55
4.2.7 Koefisien Determinasi.....	55

4.3 Interpretasi.....	56
4.3.1 Pengaruh Variasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen	56
4.3.2 Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen.....	56
4.3.3 Pengaruh Citarasa Terhadap Loyalitas Konsumen	56
BAB V : PENUTUP	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3.1 Skor Dalam Skala Likert	31
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	32
Tabel 4.1 Frekuensi Usia Responden.....	40
Tabel 4.2 Frekuensi Pendidikan Responden.....	40
Tabel 4.3 Frekuensi Jenis Kelamin Responden	41
Tabel 4.4 Jawaban Responden Variasi Produk.....	42
Tabel 4.5 Jawaban Responden Harga	44
Tabel 4.6 Jawaban Responden Cita Rasa	46
Tabel 4.7 Jawaban Responden Loyalitas Konsumen.....	47
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	49
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov Test.....	51
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	52
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Teoritik	22

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I	61
LAMPIRAN II	65
LAMPIRAN III	74
LAMPIRAN IV	82
LAMPIRAN V	86
LAMPIRAN VI	87
LAMPIRAN VII	88
LAMPIRAN VIII	89