



LAPORAN PENELITIAN

JUDUL:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA
DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA UD. MUJUR 2 KEDIRI.**

Oleh:

Ahmad Efendi Cahyo Setiono	(2112010127)
Dian Kusumaningtyas, M.M.	(0703108302)
Poniran Yudho Leksono, S.E, S.Psi, M.M.	(0704047306)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

2025

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada UD Mujur 2 Kediri
2. Ketua
 - a. Nama Lengkap : Ahmad Efendi Cahyo Setiono
 - b. NPM : 2112010127
 - c. Fak/Prodi : FEB/Manajemen
 - d. Alamat Rumah : Dsn Gerdu Ds. Bangsonggan Kec. Kayen Kidul Kab. Kediri
 - e. Telp./HP : 081999260475
 - f. Email : fendicahyo555@gmail.com
3. Jangka waktu Penelitian : 2 bulan
4. Pembiayaan :
 - a. Diajukan ke YPLP-PT PGRI Kediri : -
 - b. Dari sumber lain : Rp 10.000.000
 - Jumlah Seluruhnya : Rp 10.000.000

Mengetahui,
Kaprodi Manajemen



R. Feilina, M.M.
NIDN. 0721058605

Kediri, 02 Juli 2025
Ketua



Ahmad Efendi Cahyo Setiono
NPM. 2112010127

Menyetujui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Amiri Tohari, M.Si.
NIDN. 0715078102

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan kelancaran, kekuatan, dan petunjuk-Nya sehingga penulisan desiminasi ini dapat terselesaikan tepat waktu. Tanpa berkat dan rahmat-Nya, penulis tidak akan mampu menyelesaikan karya ini.

Dengan Penuh rasa syukur, penulis berhasil menyelesaikan desiminasi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Peresepsi Harga Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada UD Mujur 2 Kediri” sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana manajemen.

Tak lupa, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam proses penulisan desiminasi ini. Penghargaan dan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Zainal Afandi, M.Pd. Selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Bapak Dr. Amin Tohari, M.Si Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan kesempatan penulis untuk menyelesaikan seminar proposal ini
3. Ibu Restin Meilina, S.E, M.M Selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dukungan moral dalam penyusunan seminar proposal
4. Ibu Dian Kusumaningtyas, M.M. selaku dosen pembimbing 1, yang telah memberikan motifasi, dan arahan untuk saya sampai ahir ini.
5. Bapak Poniran Yudho Leksono, S.E, S.Psi, M.M. selaku dosen membimbing 2, yang telah membimbing saya atas kesalahan kesalahan yang saya perbuat
6. Bapak Waloyo selaku pemilik UD Mujur 2 Kediri, yang telah bersedia menjadi narasumber dalam penelitian ini.
7. Keluarga tercinta, orang tua, dan saudara-saudara atas doa, dukungan, dan kasih sayang yang tiada henti.
8. Yeseria Maya Maulina yang senantiasa memberikan semangat, ide dan dukungan positif.

Dalam desiminasi ini, penulis berusaha mengungkap pengaruh, persepsi harga dan kepuasan pelangan serta loyalitas pelanggan pada UD Mujur 2 Kediri.

Penulis mengakui bahwa karya ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati, penulis menyampaikan permohonan maaf apabila terdapat kekurangan atau

kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa mendatang.

Semoga desiminasi ini dapat memberikan kontribusi positif dan Penelitian ini dapat digunakan oleh manajer toko untuk meningkatkan kualitas layanan, menentukan harga dengan tepat, dan memastikan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini dapat langsung diterapkan pada strategi bisnis yang meningkatkan komitmen pelanggan dan meningkatkan perkembangan UD Mujur 2 Kediri. Akhir kata penulis berharap agar karya tulis ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan masyarakat pada umumnya.

Kediri, 10 Juli 2025



Ahmad Efendi Cahyo Setiono

RINGKASAN

Penelitian Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan baik secara sendiri-sendiri maupun secara simultan pada UD Mujur 2 Kediri.

Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif yang melibatkan survei untuk mengeksplorasi pengaruh kualitas layanan, persepsi harga, dan kepuasan pelanggan terhadap komitmen pelanggan di UD Mujur 2 Kediri. Sampel penelitian meliputi 58 partisipan, dipilih secara purposive sampling, partisipan ini telah membeli produk lebih dari dua kali. Data dikumpulkan melalui observasi langsung dan kuesioner, kemudian dianalisis dengan SPSS 23 menggunakan instrumentasi, teori klasik, regresi linier berganda, dan pengujian hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen pelanggan baik secara langsung maupun tidak langsung pada UD Mujur 2 Kediri.

Penelitian ini membantu mengembangkan teori komitmen pelanggan dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang berbagai cara berbagai aspek industri bangunan memengaruhi loyalitas pelanggan .

Penelitian ini memiliki aplikasi praktis yang dapat digunakan oleh manajer gedung untuk meningkatkan kualitas layanan, menetapkan harga yang tepat, dan memastikan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini dapat langsung diterapkan pada strategi bisnis yang meningkatkan komitmen pelanggan dan meningkatkan kinerja toko.

Penelitian ini hanya dilakukan di UD Mujur 2 Kediri, sehingga temuan yang diperoleh mungkin belum sepenuhnya menggambarkan kondisi industri pertokoan secara umum. Sampel yang lebih luas atau penelitian di beberapa pertokoan di daerah lain dapat memberikan hasil yang lebih representatif

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

DAFTAR ISI

Cover	I
Halaman Pengesahan	II
Kata Pengantar	III
Ringkasan	V
Daftar Isi	VI
Daftar Tabel	VII
Daftar Lampiran	VIII
Bab I Pendahuluan	
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan Penelitian	3
Bab II Kajian Teori	
A. Teori Kualitas Pelayanan	5
B. Teori Persepsi Harga	6
C. Teori Kepuasan Pelanggan	7
D. Teori Loyalitas Pelanggan	8
Bab III Metode Penelitian	
A. Deskripsi Metode Penelitian	10
B. Rincian Proses Pengumpulan Data	10
C. Sasaran Penelitian	11
D. Instrumen Penelitian	11
E. Prosedur Analisis Data	12
Bab IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan	
A. Hasil Penelitian	17
B. Pembahasan	24
Bab V Kesimpulan Dan Saran	
A. Kesimpulan	29
B. Saran	29
Daftar Pustaka	32

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert	12
Table 4.1 Uji Validitas	17
Table 4.2 Hasil Uji Reabilitas	19
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas	19
Tabel 4.4 Uji Multikolinearitas	20
Tabel 4.5. Hasil Tes Heteroskedasistitas	21
Tabel 4.6 Tes Analisis Regresi Linier Berganda	21
Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Penentuan (R^2)	23
Tabel 4.8 Hasil Uji-T	23
Tabel 4.9 Hasil Uji-F	24

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian	35
Lampiran 2 Surat Balasan Penelitian Dari Perusahaan	36
Lampiran 3 Instrumen Penelitian	37
Lampiran 4 Tabulasi hasil tanggapan responden	39
Lampiran 5 Hasil SPSS	46
Lampiran 6 Dokumentasi	49
Lampiran 7 Artikel Yang Di Publikasikan	50

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tingkat persaingan di sektor bisnis menjadi semakin menantang. Agar dapat bertahan dan berkembang, para pelaku bisnis harus memiliki sikap inovatif, adaptif, dan sesuai dengan tuntutan pasar. Penerapan teknologi yang efektif, peningkatan kualitas produk atau layanan, serta strategi penguatan merek merupakan faktor krusial dalam memenangkan persaingan. Selain itu, membina hubungan yang positif dengan pelanggan dan mitra juga penting dalam menciptakan keberlangsungan bisnis dalam menghadapi kondisi pasar yang terus berubah. Tak terkecuali dalam bidang usaha toko bangunan, seperti UD Mujur 2 Kediri yang telah dirintis sejak tahun 2001.

Toko ini berhasil membangun reputasi sebagai salah satu toko bangunan terpercaya di wilayah Kediri. Dengan pengalaman lebih dari dua dekade, UD Mujur 2 Kediri terus berkomitmen untuk menyediakan bahan bangunan berkualitas tinggi dan layanan yang memuaskan bagi pelanggan. Salah satu kesulitan utama yang sering terjadi adalah bagaimana kualitas layanan, persepsi harga, dan kepuasan memengaruhi komitmen pelanggan. Ketiga faktor ini memegang peranan penting dalam memengaruhi keputusan pelanggan, apakah pelanggan terus di UD Mujur 2 Kediri atau beralih ke pesaing UD Mujur 2 Kediri. Tingkat kepuasan pelanggan, harga yang wajar dan kualitas pelayanan yang baik akan membentuk persepsi positif terhadap perusahaan yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan memegang peranan penting bagi UD Mujur 2 Kediri, karena dengan membuat kenyamanan pelanggan dan menjadikan pelanggan betah terus menerus berbelanja di UD Mujur 2 Kediri dapat meningkatkan omset keuangan sekaligus menjamin berlangsungnya bisnis. Oleh karena itu, menarik dan mempertahankan pelanggan merupakan prioritas utama perusahaan. Salah satu alasan utama pentingnya loyalitas pelanggan adalah tingginya biaya untuk memperoleh pelanggan baru di tengah persaingan yang semakin ketat (Chandra, 2023). Penelitian Supandi (2024) kualitas layanan, tampilan harga, dan kebahagiaan membentuk kesetiaan.

Penelitian menunjukkan bahwa komitmen pelanggan sangat memengaruhi kesuksesan perusahaan yang bertahan lama. Loyalitas pelanggan meningkatkan frekuensi pembelian dan menumbuhkan hubungan pelanggan-perusahaan yang bertahan lama. Penelitian oleh Istiyawari (2021) menyatakan bahwa pelanggan cenderung membangun nilai-nilai tertentu, yang kemudian memengaruhi mereka untuk membandingkan produk atau layanan yang

mereka menikmati dengan tawaran dari pesaing. Strategi retensi pelanggan berusaha untuk menumbuhkan loyalitas melalui kepuasan pelanggan, sehingga memberi insentif pada pembelian lebih lanjut dan mengurangi kemungkinan migrasi pesaing. (Nugroho, 2022).

Salah satu usaha yang dapat dilakukan dalam mengantisipasi pelanggan berpindah ke perusahaan lain adalah dengan memastikan pelayanan yang optimal. Di samping pelayanan, harga juga sangat penting bagi pelanggan ketika mereka sedang dalam proses memilih barang atau jasa. Kepuasan pelanggan secara signifikan mempengaruhi keterlibatan bisnis. (Supandi, 2024).

Untuk menjaga komitmen pelanggan dan mencegah mereka berpindah ke pesaing, perusahaan harus memperhatikan ketiga aspek tersebut secara bersamaan, yaitu kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan. Pengelolaan faktor-faktor tersebut secara efektif tidak hanya akan meningkatkan hubungan dengan pelanggan, tetapi juga akan meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan di pasar yang sedang berkembang.

Perbedaan utama antara penelitian sebelumnya dan penelitian ini adalah fokus subjek industri. Penelitian sebelumnya terutama berfokus pada layanan, seperti pangkas rambut, layanan pengiriman, dan layanan berbasis internet, yang semuanya dicirikan oleh interaksi langsung dengan pelanggan dan fokus pada kualitas pengalaman layanan sebagai pendorong utama keterlibatan pelanggan. Penelitian ini mengungkapkan keunggulan layanan, biaya, dan kebahagiaan klien secara signifikan mempengaruhi komitmen dalam industri jasa. Namun, penelitian yang mengkaji faktor-faktor tersebut dalam konteks toko bangunan masih sangat terbatas, meskipun sektor-sektor tersebut memiliki karakteristik dan dinamika yang berbeda.

Dalam industri toko bangunan, meskipun kualitas layanan dan harga tetap penting, ada faktor-faktor lain yang juga memengaruhi loyalitas pelanggan, seperti variasi produk, ketersediaan stok, dan aspek teknis produk itu sendiri. Pelanggan di sektor ini cenderung berfokus pada nilai jangka panjang produk, bukan hanya pada pengalaman layanan atau kepuasan sesaat.

Berdasarkan uraian di atas, penulis berupaya menganalisis lebih mendalam faktor-faktor tentang penyebab loyalitas pelanggan, serta mengidentifikasi komponen-komponen utama yang berkontribusi terhadap pembentukan loyalitas tersebut. Artikel ini dimaksudkan untuk memberikan saran praktis bagi manajer toko mengenai perancangan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan di UD Mujur 2 Kediri, sebagai cara untuk memperkuat posisi toko di pasar yang semakin kompetitif. Struktur artikel terdiri dari beberapa bagian. Pendahuluan menguraikan latar belakang penelitian, kebutuhan, dan tujuan. Bagian metodologi merinci desain studi, populasi, Sampel dan metode analisis data digunakan.

Hasil dan diskusi menjelaskan data dan memeriksa hasil penelitian. Kesimpulannya merangkum hasil penelitian dan memberikan rekomendasi praktis untuk manajer toko. Ini juga menjelaskan masalah yang ditangani dan tujuan penelitian yang dimaksudkan.

B. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian digambarkan berdasarkan deskripsi latar belakang sebelumnya :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada UD Mujur 2 Kediri
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif dan signifikan persepsi harga secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada UD Mujur 2 Kediri
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif dan signifikan kepuasan pelanggan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada UD Mujur 2 Kediri

Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara positif dan signifikan kualitas layanan, persepsi harga dan layanan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada UD Mujur 2

DAFTAR PUSTAKA

- Azis, A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Insight Management Journal*, 1(1), 21–25. <https://doi.org/10.47065/imj.v1i1.13>
- Chrysant Lambok Chandra, Rosinta Romauli Situmeang, Citra Lius Winardi, Caroline, Chandra Wijaya, & William Tjong. (2023). The Influence of Price Perceptions, Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty at PT Nicky Tri Cahaya Medan Universitas Pelita Harapan 6 rosintaromaulisitumeang@yahoo. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(3), 5. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Ghozali, I. (2021a). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021b). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Istiyawari, L., Hanif, M. R., & Nuswantoro, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Solusi*, 19(3), 329. <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i3.4053>
- Kamila, N. C., & Khasanah, I. (2022). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakan Ikan Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pt. Central Proteina Prima Cabang Tegal). *Diponegoro Journal of Management*, 11(6), 1–12.
- Nanda, V. D., & Keni. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Makanan Kecil di Jakarta. In *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* (Vol. 6, Issue 5, pp. 515–519). <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i5.20314>
- Nisa, K. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Studi Produk Kopi Janji Jiwa Tanjung Duren Jakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(1), 13–37.
- Nugroho, F. M., & Tjahjaningsih, E. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pengguna ShopeeFood). *YUME: Journal of Management*, 5(2), 147–155. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.455>
- Rafqi Ilhamalimy, R., & Mahaputra, M. R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 1(1), 85–97. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v1i1.604>
- Ramli, R. A. L. P. (2023). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Persepsi Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome. *Manajerial Dan Bisnis Tanjungpinang*, 6(1), 24–36. <https://doi.org/10.52624/manajerial.v6i1.2361>
- Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan

- (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>
- Septyarani, T. A., & Nurhadi, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 7(2), 218–227. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v7i2.15877>
- Subiantoro, B. S. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus Pada Konsumen Gojek Di Kota Banjarmasin). *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(1), 27–39. <https://doi.org/10.31602/atd.v4i1.2435>
- Supandi, M. Z., Bagus, I., Artika, E., Fariantin, E., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Mahasaraswati, U. (2024a). *EISSN : 3026-2534 Pengaruh Kualitas Pelayanan , Persepsi Harga Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan*. 2(3), 98–110.
- Supandi, M. Z., Bagus, I., Artika, E., Fariantin, E., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Mahasaraswati, U. (2024b). *EISSN : 3026-2534 Pengaruh Kualitas Pelayanan , Persepsi Harga Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan PENDAHULUAN Perkembangan zaman di era globalisasi ini membuat ekonomi , teknologi dan budaya juga mengikuti kemajuan yang signifikan sehingga*. 2(3), 98–110.
- Supandi, M. Z., Bagus, I., Artika, E., Fariantin, E., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Mahasaraswati, U. (2024c). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Persepsi Harga Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan*. 2(3), 98–110.
- Gunawan, N., Subagyo, & Purnomo, H. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Merek, Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Maxim Kediri. *Prosiding Simposium Manajemen Dan Bisnis II*, 2.
- Lestari, R. P., Subagyo, & Prunomo, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Barokah Laundry. *Prosiding Simposium Manajemen Dan Bisnis II*, 2.
- Nurriqli, A., Efendi, B., Arief, I., Purnomo, H., & Rokhmawati, D. (2024). Peran WOM Dan Persepsi Harga Dalam Keputusan Pembelian Produk Herbalife. *Management Studies And Entrepreneurship Journa*, 5(2).
- Sholikhah, A., Fauji, D. A. S., & Purnomo, H. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pusat Oleh-Oleh Gtt Kediri. *Prosiding Simposium Manajemen Dan Bisnis III*, 3.
- Veronica, C. M., Subagyo, & Purnomo, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Iphone. *Prosiding Simposium Manajemen Dan Bisnis III*, 3.