

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN
HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA UMKM
“BAKSOKUY.ID” DI KABUPATEN TULUNGAGUNG**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Program Studi Manajemen



OLEH :

RIZKY PAJAR REFI MARISCA

NPM : 2012010430

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh:

Rizky Pajar Refi Marisca

NPM : 2012010430

Judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN
HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA UMKM
“BAKSOKUY.ID” DI KABUPATEN TULUNGAGUNG**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian / Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal :

Dosen Pembimbing I



Dian Kusumaningtyas, M.M

NIDN. 0703108302

Dosen Pembimbing II



Dyah Ayu Paramitha, M.Ak.

NIDN. 0728068702

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh:

RIZKY PAJAR REFI MARISCA

NPM: 2012010430

Judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN
HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA UMKM
“BAKSOKUY.ID” DI KABUPATEN TULUNGAGUNG**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri

Pada tanggal : 09 Juli 2024

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dian Kusumaningtyas, M.M
2. Penguii I : Moch. Wahyu Widodo, M.M
3. Penguji II : Dyah Ayu Paramitha, M.Ak



Mengetahui, 09 Juli 2024

Dekan FEB,



Dr. Amin Tohari M.Si.
NIDN. 0715078102

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Rizky Pajar Refi Marisca
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat tgl. Lahir : Tulungagung, 18 Desember 2001
NPM : 2012010430
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 09 Juli 2024

Yang Menyatakan



RIZKY PAJAR REFI MARISCA

NPM : 2012010430

MOTTO DAN PERSEMBAHAN :

MOTTO :

Jangan malu dengan kegagalanmu, belajarlh darinya dan mulai lagi. Karena Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.

(Al-Baqarah:286)

Kupersembahkan karya ini :

Untuk keluarga yang aku cintai dan sayangi, terutama kedua orang tua, terima kasih

Abstrak:

Rizky Pajar Refi Marisca: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada UMKM “BaksoKuy.id” di Kabupaten Tulungagung, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2024.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Loyalitas Pelanggan

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan hasil pengamatan dan observasi langsung berdasarkan pengalaman peneliti dilapangan dengan adanya pertumbuhan UMKM di Jawa Timur memiliki angka kemiskinan yang tinggi, maka dari itu di era globalisasi saat ini UMKM harus berperan proaktif dan meningkatkan suatu produk yang lebih baik untuk mencapai keunggulan produk. Tujuan dari penelitian untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada UMKM “BaksoKuy.id” di Kabupaten Tulungagung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif kausalitas, menggunakan data primer dengan melakukan penyebaran kuisisioner dan observasi. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 70 responden. Menggunakan analisis uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji hipotesis, dan koefisien determinasi sebagai teknik analisis data dengan menggunakan *software SPSS for windows* versi 23. Kesimpulan dari penelitian ini adalah (1) Kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (2) Kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (3) Harga secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (4) kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya yang banyak memberikan kesempatan, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Penyusunan skripsi ini merupakan bagian dari rencana penelitian guna penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan trimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya 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 telah memberikan izin dalam penelitian skripsi ini.
3. Restin Meilina, M.M. selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Ibu Dian Kusumaningtyas, M.M. selaku dosen pembimbing pertama yang telah sabar memberikan pengarahan yang baik dan benar dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Dyah Ayu Paramitha, M.Ak. selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah mendukung pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Rizal Yuaviky, S.Pd. selaku pemilik UMKM BaksoKuy.id yang telah memberikan izin dan membantu kelancaran penyusunan skripsi.

7. Kedua orang tua dan keluarga tersayang yang telah memberikan dukungan moral serta do'a.
8. Seluruh teman-teman seperjuangan saya yang telah membantu penyusunan proposal skripsi ini dimulai dari tahap awal sampai akhir.
9. Pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, namun telah memberikan banyak dukungan atas penyusunan proposal skripsi ini.

Disadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan mengingat keterbatasan kemampuan dan pengetahuan peneliti. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun akan penulis terima dengan senang hati. Akhir kata, semoga karya tulis dapat menjadi sumbangan pengetahuan yang berarti dan dapat bermanfaat bagi yang memerlukan.

Kediri, 09 Juli 2024



Rizky Pajar Refi Marisca

NPM: 2012010430

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Pembatasan Masalah	8
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS	11
A. Kajian Teori	11
1. Loyalitas Pelanggan	11
2. Kualitas Produk	13
3. Kualitas Pelayanan	16
4. Harga	19
B. Kajian Peneliti Terdahulu	22
C. Kerangka Berfikir.....	27
D. Kerangka Konseptual	29
E. Hipotesis.....	30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	31
A. Variabel Penelitian	31
1. Identifikasi Variabel Penelitian.....	31
2. Definisi Operasional Variabel.....	32
B. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	36
1. Pendekatan Penelitian	36
2. Teknik Penelitian	36
C. Tempat dan Waktu Penelitian	37
1. Tempat Penelitian.....	37
2. Waktu Penelitian	37
D. Populasi dan Sampel	38
1. Populasi Penelitian	38
2. Sampel.....	38
E. Instrumen Penelitian.....	39
1. Pengembangan Instrumen	39
2. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	41
F. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	45
1. Sumber Data.....	45
2. Teknik Pengambilan data.....	46
G. Teknik Analisis Data.....	46
1. Teknik Analisis Deskriptif	46
2. Analisis Kuantitatif	47
a. Uji Asumsi Klasik.....	47
b. Teknik Analisis Regresi Linear Berganda	50
c. Uji Hipotesis	50
d. Koefisien Determinasi(R^2)	51
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	53
1. Sejarah Singkat UMKM BaksoKuy.id.....	53
2. Struktur Organisasi	54
3. Karakteristik Responden	55

B. Deskripsi Data Variabel Penelitian	57
1. Deskripsi Data Variabel	57
C. Analisis Data	66
1. Uji Asumsi Klasik	67
2. Uji Regresi Linier Berganda	73
3. Uji Hipotesis	75
4. Koefisien Determinasi (R)	78
D. Pembahasan	79
BAB V: SIMPULAN DAN SARAN	85
Daftar Pustaka	87
Lampiran-lampiran.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan UMKM BaksoKuy.id	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Instrumen Penelitian	40
Tabel 3.2 Skala Likert	41
Tabel 3.3 Uji Validitas Kualitas Produk	42
Tabel 3.4 Uji Validitas Kualitas Pelayanan	43
Tabel 3.5 Uji Validitas Harga	43
Tabel 3.6 Uji Validitas Loyalitas Pelanggan	44
Tabel 3.7 Uji Reliabilitas	45
Tabel 3.8 Rata-rata Distribusi Frekuensi	47
Tabel 4.1 Uraian Tugas Struktur Organisasi.....	55
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Jenis Kelamin	56
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Usia.....	56
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Frekuensi Pembelian	57
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Loyalitas Pelanggan.....	58
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Kualitas Produk	59
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan	62
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Harga	65
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas	69
Tabel 4.10 Hasil Uji Autokorelasi	72
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	73
Tabel 4.12 Hasil Uji-t (Parsial)	76
Tabel 4.13 Hasil Uji-F (Simultan)	77
Tabel 4.14 Kesimpulan Uji-t dan Uji-f	78
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	29
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	54
Gambar 4.2 Hasil Uji Normal <i>Probability Plots</i>	68
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisiner Penelitian	90
Lampiran 2 : Data Penelitian.....	92
Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	98
Lampiran 4 : Hasil Output SPSS.....	102
Lampiran 5 : Surat Persetujuan Judul	105
Lampiran 6 : Surat Pengantar Penelitian.....	106
Lampiran 7 : Surat Balasan Penelitian	107
Lampiran 8 : Kartu Bimbingan	108
Lampiran 9 : Dokumentasi.....	110

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

UMKM atau Usaha Mikro Kecil Menengah adalah sebuah usaha ekonomi produktif yang banyak dijumpai dan didirikan secara perorangan maupun badan usaha. UMKM berperan dalam pertumbuhan ekonomi serta memberikan kontribusi terhadap lapangan pekerjaan. Pertumbuhan UMKM saat ini merambah berbagai provinsi Indonesia, khususnya di Jawa Timur yang merupakan pusat perekonomian Indonesia. Pertumbuhan UMKM Kabupaten Tulungagung Jawa Timur mengalami peningkatan 129.173 pada tahun 2021 (BPS kabupaten Tulungagung, 2022). Meskipun jumlah perekonomian meningkat namun banyak kendala yang di hadapi UMKM sehingga angka kemiskinan di Jawa Timur masih tinggi.

Kondisi usaha berubah dan daya saing meningkat pada masa globalisasi saat ini karena peraturan dunia usaha yang semakin ketat. Perusahaan yang harus berperan proaktif dalam meningkatkan suatu produk yang lebih baik untuk mencapai keunggulan suatu produk. Dalam menciptakan keunggulan suatu produk perusahaan harus mampu bersaing dalam meningkatkan produktivitasnya. Dengan demikian perubahan teknologi dan ilmu pengetahuan saat ini berdampak besar daya saing usaha lokal khususnya Usaha Mikro Kecil Menengah (Ahluwalia et al., 2022). Perusahaan harus berperan aktif dalam menerapkan tata kelola usahanya agar berjalan dengan baik dan efektif.

Membuktikan bahwa UMKM harus melakukan tata kelola yang baik sehingga UMKM memiliki peran yang cukup besar diantaranya mengurangi kemiskinan,

memeratakan perekonomian dan perluasan lapangan pekerjaan. Saat ini banyak pembisnis khususnya dibidang kuliner yang ditawarkan oleh perusahaan pada konsumen sehingga konsumen berhak untuk memilih produk, harga maupun kualitas pelayanan yang terbaik. Dengan demikian terciptanya perusahaan yang sukses dan berhasil dalam persaingan bisnis, maka penting bagi perusahaan untuk mempertahankan pelanggannya sekaligus mengupayakan pelanggannya agar tidak pindah dan setia kepada produk yang dipasarkan.

Dengan terjadinya fenomena tersebut di Jawa Timur, jumlah UMKM yang tinggi dan masih banyak kendala yang di hadapi UMKM seperti angka kemiskinan yang masih tinggi maka pemerintah provinsi Jawa Timur berkomitmen untuk meningkatkan daya saing UMKM di Jawa Timur yang sesuai dengan era globalisasi saat ini, UMKM di tuntut menghasilkan produk yang berkualitas, kompetitif dan memiliki daya saing yang tinggi. Salah satunya bisnis yang kini tumbuh dan signifikan adalah bisnis kuliner. Hal ini dikarenakan pola konsumsi masyarakat telah mengalami perubahan untuk mulai terbuka dan terbiasa makan di luar rumah dan lebih dianggap efisien sebagai sarana *refreshing* untuk berkumpul bersama keluarga ataupun kerabat. Usaha kuliner memiliki ragam yang luas, mulai dari makanan yang sederhana, minuman hingga makanan yang berat (Rosyidi et al., 2023).

Di Kabupaten Tulungagung sebegitu banyak UMKM yang tersebar di kelurahan, salah satunya kelurahan Jatimulyo Tulungagung yang bergerak di bidang kuliner yaitu usaha bakso berdiri sejak tahun 2019 dan memiliki satu cabang yang berlokasi di Sembung Tulungagung dengan karyawan yang berjumlah 15

orang. Berdirinya UMKM bakso ini sebelumnya memiliki nama warungnya yaitu Bakso Cuangking, seiring berjalannya waktu pemilik bakso memiliki ide dan mengganti nama warungnya menjadi BaksoKuy.id dari nama warung tersebut bertujuan mengajak konsumen untuk makan bakso, BaksoKuy adalah plesetan bakso yuk atau makan bakso yuk. Pada saat itu di Kabupaten Tulungagung masih jarang penjual bakso dengan berbagai macam isian seperti bakso isi telur puyuh, bakso isi keju mozarella, serta ditambah dengan kuah *taichan*. Hal ini tentu membuat kaum *milenial* sangat penasaran dan tambah ramai karena ingin mencobanya.

Persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis sudah dianggap hal yang wajar bagi pelaku usaha. Dalam mengatasi hal tersebut para pelaku usaha harus memiliki cara atau strategi yang harus dilakukan agar dapat mengikat konsumen. Strategi pemasaran sangat penting untuk bisnis, dengan strategi dan perencanaan yang baik bisnis dapat memasarkan produknya dengan mudah (Rosyidi et al., 2023). Dalam meningkatkan target penjualan BaksoKuy.id perlu memperhatikan berbagai faktor yang menarik perhatian masyarakat sekitar. Daya tarik berupa kualitas produk, reliabilitas, fitur kinerja khusus, kemampuan memenuhi spesifikasi pelanggan individual, kompatibilitas dengan produk dan sistem yang sudah ada (Setiawati et al., 2021). Dalam menentukan kualitas produk yang memiliki daya jual yang tinggi maka perusahaan tersebut juga harus memperhatikan kualitas pelayanan yang mumpuni. Tidak hanya itu, warung tersebut harus memperhatikan loyalitas pelanggan agar pelanggan memiliki tingkat kepercayaan, kepuasan dan komitmen terhadap warung bakso tersebut.

Loyalitas pelanggan dapat digambarkan sebagai kecenderungan kuat konsumen untuk memperoleh dan memanfaatkan produk atau layanan di lain waktu (Rosyidi et al., 2023). Loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai konsumen yang terlibat dengan perusahaan dalam jangka waktu tertentu dan sering membeli produk yang ditawarkan (Elyana & AC, 2023). Penjual memiliki kemampuan untuk menumbuhkan loyalitas dengan memberikan harga yang kompetitif, produk unggulan, dan layanan pelanggan yang luar biasa.

Menjaga kepuasan pelanggan saat ini adalah prioritas utama perusahaan UMKM BaksoKuy.id. guna untuk menciptakan prospek baru yang menumbuhkan loyalitas pada pelanggan. Dengan kata lain, bisnis perlu mempertahankan pelanggan mereka yang sudah ada sambil mempertimbangkan biaya produk dan memberikan layanan pelanggan terbaik. Berikut data penjualan UMKM BaksoKuy.id selama lima tahun terakhir pada tahun 2019 s/d 2023.

Tabel 1.1 Data Penjualan BaksoKuy.id Tahun 2019 S/d Tahun 2023

Data Penjualan Pertahun UMKM BaksoKuy.id		
No	Tahun	Omzet Pertahun
1	2019	Rp. 180.240.000
2	2020	Rp. 260.000.000
3	2021	Rp. 368.108.000
4	2022	Rp. 980.442.000
5	2023	Rp. 991.020.000

Sumber : BaksoKuy.id 2023

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa ada kenaikan dan penurunan setiap tahun. Pelanggan yang setia pada suatu produk tetap ada meskipun statistik penjualan berubah, jadi bisnis harus mempertahankan pelanggan saat ini. Mempertahankan

pelanggan yang lama menentukan suksesnya suatu bisnis. Konsumen yang setia sulit dibujuk atau diyakinkan untuk berbelanja di tempat lain Adapun menurut Swastha dan Handoko, (2016:83) elemen lain yang biasanya mempengaruhi loyalitas pelanggan termasuk emosi, harga, biaya, dan kualitas produk atau layanan juga dapat membangun loyalitas pelanggan. Didukung Lepojevic & Dukic, (2018) yaitu kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, komitmen pelanggan.

Peranan terpenting bagi masyarakat yaitu kualitas produk untuk menarik perhatian dalam melakukan pembelian berulang dan mempertahankan kepuasan pelanggan misalnya dengan memperhatikan cita rasa yang khas dan porsi sesuai dengan ekspektasi dan selera, serta banyaknya varian makanan yang ditawarkan. Kualitas produk terdiri dari kumpulan karakteristik berwujud dan tidak berwujud, seperti warna, harga, reputasi pabrik, reputasi ritel, dan layanan, untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Alimin et al., 2022). Kualitas makanan dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut: warna, penampilan, ukuran porsi, bentuk, suhu, bau yang enak, kematangan, dan kualitas rasa (Elyana & AC, 2023). Kapasitas suatu produk untuk memenuhi peran yang diantisipasi sebagai landasan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia dikenal sebagai kualitas produk (Violani, 2023). Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa kualitas suatu produk ditentukan oleh seberapa baik produk tersebut dapat memenuhi permintaan konsumen dan seberapa lama produk tersebut bertahan Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya hasil penelitian oleh Amalia Isnaini Purinda Laksana & Heni Hirawati, (2022) bahwasannya kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Larissa Aesthetic Cabang Magelang. Sedangkan hasil dari penelitian Novinda

Nurbiatul & Ali Maulidi AC, (2023) kualitas produk tidak memberikan pengaruh terhadap loyalitas konsumen di Resto Bebek Teman Ayam (BTA) Tulungagung.

Faktor utama yang mempengaruhi pandangan dan citra bisnis yaitu kualitas pelayanan. Masalah kualitas pelayanan juga mempengaruhi sejauh mana kemajuan dalam dunia usaha. Pelayanan yang baik dan sesuai yang diharapkan akan memberikan kepuasan pada konsumen misalnya tidak membiarkan pelanggan untuk menunggu pesanan yang lama. Perusahaan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan dan memproses pembelian secara cepat maka menimbulkan kepuasan kepada pelanggan. Dalam pelayanan yang di berikan pelaku usaha sifat yang terbilang *flexible* dan dapat berubah kapan saja karena biasanya pelanggan akan memberikan kritik hal itu yang nantinya menjadi acuan pemilik usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanannya. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan layanan suatu perusahaan dalam memuaskan permintaan dan keinginan pelanggan (Laksana & Hirawati, 2022). Sedangkan menurut (Djimantoro & Gunawan, 2020) Untuk mendapatkan umpan balik positif dari pelanggan mengenai kualitas layanan yang diberikan, kinerja dan sikap personel sebagian besar bertanggung jawab atas kualitas layanan. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kinerja atau sikap perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelangganya merupakan kualitas layanannya. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil penelitian oleh Muchammad Vadil Febrian Kusuma, (2023) bahwasannya kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di WARMINDO mahasiswa UGM. Sedangkan penelitian Willyanto Agiesta, d.k.k, (2021) kualitas

pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan KA Lokal Bandung Raya.

Saat melakukan pembelian, banyak orang yang memikirkan harga. Pelaku bisnis harus mendasarkan harga jual produk mereka pada daya beli pelanggan serta kualitas makanan yang mereka sediakan. Harga Produk adalah jumlah uang (atau mungkin banyak hal) yang diperluka yang ditambah dengan layanan terkait (Alimin at el, 2022). Kesesuaian kaitannya dengan kualitas produk, keterjangkauan dan daya saing harga (Elyana & AC, 2023). Maka dapat disimpulkan harga adalah pertimbangan pembelian dalam suatu produk. Hal ini dapat dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurnia Sandi, d.k.k (2023) bahwasannya harga memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen di *business center* Purbalingga. Sedangkan penelitian Ageng Budi Lestari, d.k.k, (2022) harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Permasi Textile Gampong Baru Banda Aceh.

Judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada UMKM “BaksoKuy.id” di Kabupaten Tulungagung”** didasarkan pada latar belakang dan fenomena tersebut.

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dapat dipertimbangkan dari latar belakang yang sudah dijelaskan diatas sebagai berikut :

1. Loyalitas pelanggan merupakan faktor penting bagi bisnis karena mengacu kecenderungan pelanggan untuk melakukan pembelian yang teratur dan menimbulkan perilaku setia terhadap suatu produk.
2. Loyalitas pelanggan sangat berpengaruh oleh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga.

C. Pembatasan masalah

Penelitian ini dibatasi pada masalah berikut :

1. Terdapat tiga faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga di UMKM BaksoKuy.id Tulungagung pada tahun 2024.
2. Objek yang diteliti adalah pelanggan yang ada di UMKM BaksoKuy.id Tulungagung

D. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah disajikan agar dapat memperjelas permasalahan dalam penelitian, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada UMKM “BaksoKuy.id” di Kabupaten Tulungagung ?

2. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada UMKM “BaksoKuy.id” di Kabupaten Tulungagung ?
3. Bagaimana pengaruh Harga secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada UMKM “BaksoKuy.id” di Kabupaten Tulungagung ?
4. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada UMKM “BaksoKuy.id” di Kabupaten Tulungagung ?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini yang akan dicapai sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas Produk secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada UMKM “BaksoKuy.id” di Kabupaten Tulungagung.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada UMKM “BaksoKuy.id” di Kabupaten Tulungagung.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Harga secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada UMKM “BaksoKuy.id” di Kabupaten Tulungagung.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada UMKM “BaksoKuy.id” di Kabupaten Tulungagung.

F. Manfaat penelitian

1. Manfaat Teoritis

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan kita tentang penerapan teori manajemen pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan unsur loyalitas pelanggan..

2. Manfaat Praktis

a. Bagi penulis,

Untuk meningkatkan pengetahuan tentang subjek yang diteliti yaitu Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan pada UMKM “BaksoKuy.id” di Kabupaten Tulungagung.

b. Bagi objek penelitian,

Diharapkan dalam penelitian ini dapat menjadi referensi untuk studi tentang Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan pada UMKM “BaksoKuy.id” di Kabupaten Tulungagung.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahluwalia, L., Nani, D. A., & Sari, T. D. R. (2022). Peningkatan Produktivitas Umkm Melalui Pelatihan Merk Produk Dan Penyusunan Laporan Keuangan Di Pekon Panggungrejo, Kabupaten Pringsewu. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 3(1), 38. <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v3i1.1739>
- Alimin, Erina,dkk. *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern)*. Nusa Tenggara Barat: Seval Literindo Kreasi, 2022
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung. (2022). Kabupaten Tulungagung Dalam Angka 2022. Tulungagung: Badan Pusat Statistik. <https://tulungagungkab.bps.go.id/publication/2022/02/25/9fac7d222feb05cb1b667f88/kabupaten-tulungagung-dalam-angka-2022.html>
- Bulan, T. P. L., & Sriwulan T. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Mitana Café di Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 5(1), 11-20.
- Dasril, J. D. M., & Sumadi. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Brand Image terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Coffee Shop Janji Jiwa di Kota Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 5(1), 996–1008. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/view/13018>
- Dharmmesta, B.S., & Handoko, T.H. (2016). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. BPFE
- Elyana, N. N., & AC, A. M. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Resto Bebek Teman Ayam (BTA) Corner Tulungagung. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 890. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1045>
- Kotler, Philp dan Gary Amstrong (2019) *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13
- Kusuma, M. V. F., Lero Ora, A., Michael, A., & Ramadhan, F. F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Serta Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Warmindo Pada Mahasiswa Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 3(3), 558–569. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v3i3.439>
- Laksana, A. I. P., & Hirawati, H. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Larissa Aesthetic Cabang Magelang. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 509–522. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.243>
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap

- Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 476–490. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.326>
- Maryati, & Khoiri.M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Nigrat, M.G. (2021) Pengaruh Kualitas Produk Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Konsumen Yotta Milik Cabang Talasapang
- Nasir Asman, H. (2021). Study Kelayakan Bisnis (Pedoman Memulai Bisnis Era Revolusi Industri 4.0). Penerbit Adab
- Rosyidi, M. A. Z., Muhtarom, A., & Khitam, M. C. (2023). Analisis Harga, Cita rasa, Lokasi, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian pada Usaha Wakhid Pentol (metode structural equation modeling (SEM) - Partial Least Square (PLS)). *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 19(1), 115-130.
- Siagian, Jeany Mauli. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BPR Artha Prima Perkasa. *JMBI UNSRAT Vol.7 No.3*
- Setiawati, L., Widiani, M.E., & Sutopo. (2021). Pengaruh Daya Tarik Produk Kemudahan Web, Distribsi Penjualan terhadap Niat Beli Perdana Telkomsel pada Konsumen CV. Akar Daya Mandiri Surabaya. *UBHARA Management Jurnal*, 1(1), 212–224.
- Sinambela, E. A., Retnowati, E., Ernawati, E., Lestari, U. P., & Munir, M. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Retensi Pelanggan Bengkel Resmi Honda Surabaya. *Jurnal Baruna Horizon*, 5(1), 17–25. <https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v5i1.73>
- Sirhan, F., Wahyu, W., & Agung, S. (2016). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS MAHASISWA (Studi pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 120–134. <https://media.neliti.com/media/publications/75420-ID-pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-kep.pdf>
- Sundari, I. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Es Teh Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIR). *Ekonomi Dan Bisnis*.
- Violani, V. (2023). *Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada kedai skuy burgerin di bukittinggi skripsi.*
- Wati, N. K. D. A., Mitariani N. W. E., & Imbayani I. G. A. (2020). Pengaruh Kualitas, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada MM Juice & Restaurant Cabang Teuku Umar.

Values, 1(3): 222–233

Yosef Tonce, SE., MM. Yoseph Darius Purnama Ranga, SE.,MM. (2022). Minat Dan Keputusan Pembelian: Tinjauan Melalui Persepsi Harga & Minat Kualitas Produk. Indramayu CV Adanu Abimata