

**ANALISIS HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA CV PENTOL BAKSO OYE NGANJUK**

SKRIPSI

Ditunjukkan untuk memenuhi sebagai syarat guna

Memperoleh gelar sarjana Manajemen

Pada program studi Manajemen



Oleh:

RINDHUS MEI ANGGAR YEKTI

NPM: 2012010248

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

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh:

RINDHUS MEI ANGGAR YEKTI
NPM: 2012010248

Judul:

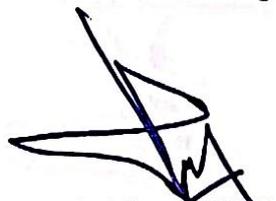
**ANALISIS HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA CV PENTOL BAKSO OYE NGANJUK.**

Telah Diseminarkan dan Disetujui untuk Dilanjutkan
Guna Penulisan Skripsi
Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Nusantara PGRI Kediri

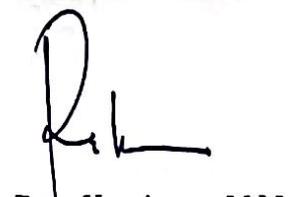
Tanggal: 02 - 07 - 2024

Dosen Pembimbing I



Dr.H.Sapri, M.M
NIDN. 0712026201

Dosen Pembimbing II



Rony Kurniawan, M.M
NIDN. 0730076804

Skripsi Oleh :

Rindhus Mei Anggar Yekti
NPM. 2012010248

Judul:

**ANALISIS HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA CV PENTOL BAKSO OYE NGANJUK**

Telah dipertahankan didepan panitia ujian atau sidang skripsi

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri

Pada Tanggal 10 Juli 2024

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia penguji

1. Ketua : DR. H. Samari, M.M
2. Penguji I : Edy Djoko Suprajitno, S.E, M.M
3. Penguji II : Rony Kurniawan, M.M



Mengetahui,

Dekan FEB




Dr. Amin Tohari, M.Si.
NIDN. 1715078102

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya,

Nama : Rindhus Mei Anggar Yekti

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat/Tgl Lahir : Nganjuk, 31 Mei 2001

NPM : 2012010248

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah di ajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis di acu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 10 Juli 2024
Yang menyatakan



Rindhus Mei Anggar Yekti
2012010248

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Orang Lain Tidak Akan Bisa Faham *Struggle* Dan Masa Sulitnya Kita Yang Mereka Ketahui Hanya Bagian *Success Stories*. Berjuanglah Untuk Diri Sendiri Walaupun Tidak Ada Yang Tepuk Tangan. Kelak Diri Kita Dimasa Depan Akan Sangat Bangga Dengan Apa Yang Kita Perjuangkan Hari Ini, TETAP BERJUANG YA...!!!!”

Ku persembahkan karya ini buat:

Kedua Orang Tua, Keluarga....

ABSTRAK

Rindhus Mei Anggar Yekti: Analisis Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan UD CV Pentol Bakso Oye Nganjuk.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Promosi, Loyalitas Pelanggan.

Penelitian ini dilatar belakangi untuk mengetahui adanya pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan CV Pentol Bakso Oye Nganjuk. Pendekatan yang dilakukan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif kausalitas. Jumlah responden 40 responden. Metode yang digunakan adalah analisis regresi berganda diolah dengan bantuan aplikasi SPSS Versi 25 dengan mempertimbangkan syarat uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas dan pengujian hipotesis yang digunakan adalah uji statistik uji t (secara parsial) dan Uji F (secara simultan). Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: 1. Variabel Harga diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,003 nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 artinya bahwa berdasarkan hasil pengujian variabel Harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan CV Pentol Bakso Oye Nganjuk (H1 diterima). 2. Variabel Kualitas produk memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 artinya bahwa berdasarkan hasil pengujian variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan CV Pentol Bakso Oye Nganjuk. 3. Variabel Promosi diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 artinya bahwa berdasarkan hasil pengujian variabel Promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan CV Pentol Bakso Oye Nganjuk. 4. Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya harga, kualitas produk, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya tugas penyusunan proposal ini dapat diselesaikan. 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 terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya.
2. Dr. Zainal Afandi selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
3. Dr. Amin Tohari, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Restin Meilina, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen.
5. Seluruh Dosen yang telah memberikan ilmu dan wawasannya secara ikhlas di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri.
6. Dr.H.Samari,M.M. sebagai dosen pembimbing I skripsi yang senantiasa sabar dalam membimbing

7. Rony Kurniawan, M.M sebagai dosen pembimbing II skripsi yang senantiasa sabar dalam membimbing
8. Kedua orang tua, keluarga dan sahabat yang selalu senantiasa mendukung dan mendoakan serta membantu dalam hal materiel.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan kritik dan saran-saran yang membangun, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Kediri, 10 Juli 2024



RINDHUS MEI ANGGAR YEKTI

2012010248

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 GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian.....	7

F. Manfaat Penelitian 7

BAB II KAJIAN TEORI DAN HIPOTESISError! Bookmark not defined.

A. KAJIAN TEORI.....**Error! Bookmark not defined.**

1. Loyalitas Pelanggan**Error! Bookmark not defined.**

2. Harga**Error! Bookmark not defined.**

3. Kualitas Produk.....**Error! Bookmark not defined.**

4. Promosi**Error! Bookmark not defined.**

B. PENELITIAN TERDAHULU**Error! Bookmark not defined.**

C. KERANGKA BERFIKIR**Error! Bookmark not defined.**

D. KERANGKA KONSEPTUAL**Error! Bookmark not defined.**

E. HIPOTESIS.....**Error! Bookmark not defined.**

BAB III METODE PENELITIANError! Bookmark not defined.

A. Variabel Penelitiann**Error! Bookmark not defined.**

B. Pendekatan Dan Teknik Penelitian.....**Error! Bookmark not defined.**

C. Tempat Dan Waktu Penelitian.....**Error! Bookmark not defined.**

D. Populasi Dan Sampel**Error! Bookmark not defined.**

E. Instrument Peneliatian Dan Teknik Pengumpulan Data**Error! Bookmark not defined.**

F. Teknik Analisis Data**Error! Bookmark not defined.**

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASANError! Bookmark not defined.

- A. Gambaran Umum Subyek Penelitian**Error! Bookmark not defined.**
- B. Gambaran Umum Responden**Error! Bookmark not defined.**
- C. Deskripsi Data Variabel.....**Error! Bookmark not defined.**
 - 1. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan **Error! Bookmark not defined.**
 - 2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga**Error! Bookmark not defined.**
 - 3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk..... **Error! Bookmark not defined.**
 - 4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi**Error! Bookmark not defined.**
- D. Analisis Data Hasil Penelitian.....**Error! Bookmark not defined.**
 - 1. Uji Asumsi Klasik**Error! Bookmark not defined.**
 - 2. Analisis Regresi Linier Berganda**Error! Bookmark not defined.**
 - 3. Koefisien Determinasi (R^2).....**Error! Bookmark not defined.**
 - 4. Uji Hipotesis**Error! Bookmark not defined.**
- E. Pembahasan.....**Error! Bookmark not defined.**
 - 1. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan**Error! Bookmark not defined.**

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan **Error!**
Bookmark not defined.
3. Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan**Error! Bookmark not**
defined.
4. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan
Pelanggan**Error! Bookmark not defined.**

BAB V KESIMPULAN DAN SARANError! Bookmark not defined.

A. Kesimpulan**Error! Bookmark not defined.**

B. Saran.....**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR PUSTAKA..... 85

LAMPIRAN-LAMPIRANError! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka konseptual	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 2 Hasil UjiNormalitas.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteros kedastisitas	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Alur Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 2 Waktu Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 3 Kisi-Kisi Kuesioner Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 4 Penelitian Skala Linkert	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 2 Kategori Usia Responden.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 3 Deskripsi Variabel Loyalitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 4 Deskripsi Variabel Harga (X ₁).....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X ₂).....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 6 Uji Normalitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 7 UjiMultikolinearitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 8 Uji Linieritas Harga.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 9 Uji Linieritas Harga.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 10 Uji Lineritas Kualitas Produk.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 11 Uji Lineritas Kualitas Produk.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 12 Uji Linieritas Promosi	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 13 Uji Linieritas Promosi	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 14 Uji Analisis Regresi Linier.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 15 Uji Koefisien Determinasi.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 16 Uji Parsial (Uji t)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 17 Uji Simultan (F)	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

- 1 : Kuesioner Penelitian**Error! Bookmark not defined.**
- 2 : Tabulasi Data.....**Error! Bookmark not defined.**
- 3 : Surat ijin penelitian**Error! Bookmark not defined.**
- 4 : Surat Balasan Ijin Penelitian**Error! Bookmark not defined.**
- 5 : Dokumentasi**Error! Bookmark not defined.**
- 6 : Berita Acara.....**Error! Bookmark not defined.**
- 7 : Lembar Pengajuan Judul Skripsi**Error! Bookmark not defined.**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu sektor yang tingkat persaingannya tinggi di Indonesia adalah sektor pangan. Pangan merupakan segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah yang diperuntukan sebagai makanan atau minuman bagi konsumen. Fenomena kuliner saat ini telah berkembang pesat seiring berkembangnya zaman, bisnis kuliner saat ini telah menjadi bisnis yang menguntungkan bagi produsen itu sendiri, dengan gaya hidup masyarakat saat ini yang telah semakin berkembang dan juga banyak masyarakat yang menyukai keunikan pada suatu kuliner tertentu. Salah satu jajanan yang tetap eksis dari zaman dulu sampai saat ini dan disukai oleh banyak orang adalah jajanan pentol dan bakso.

Persaingan usaha antar pedagang dipengaruhi oleh berbagai hal, salah satunya karena faktor dari loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan sebagai kerangka berfikir konsumen yang memegang sikap yang disukai terhadap sebuah perusahaan, berkomitmen untuk membeli lagi produk/jasa perusahaan serta merekomendasikan produk/jasa tersebut.

Menurut Tjiptono (2014) Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.

Menurut Shopiah (2013:104) Loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus-menerus terhadap barang atau jasa dari suatu perusahaan yang dipilih.” Dengan pembelian yang dilakukan pelanggan secara terus-menerus dapat memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan.

Pedagang pentol banyak dijumpai di setiap daerah, dengan bermacam varian pentol dan trade mark/branding masing-masing penjual. Namun tidak semua pedagang atau pengusaha mampu terus mengembangkan usahanya, usaha yang berkembang tentu tidak lepas dari loyalitas pelanggan. Adapun faktor loyalitas pelanggan dapat dipengaruhi oleh harga, harga adalah unsur satu-satunya dari bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan di bilang unsur bauran pemasaran lainnya.

Sedangkan menurut Tjiptono (2015) harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa. Dari pendapat diatas dapat ditarik kesimpulan harga merupakan pengorbanan yang dikeluarkan untuk mendapatkan suatu barang ataupun jasa demi memenuhi kebutuhan ataupun keinginan. Hal ini sejalan dengan penelitian (Maulida, 2023) Analisa Promosi, Harga, Dan Kualitas

Produk Bakso Aci Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV. Yuk Ngemil Medan dengan hasil pengujian pada hipotesis menunjukkan bahwa secara serempak variabel Promosi, Harga, dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV. Yuk Ngemil Medan.

Selain harga pengusaha juga harus memperhatikan kualitas yang diberikan kepada konsumen, sehingga konsumen tetap merasa bahwa dengan harga yang terjangkau namun memiliki kualitas produk yang baik. Pada kenyataannya saat ini dipasaran konsumen memilih harga yang murah namun kualitas yang baik hal itu menjadi PR tersendiri bagi pengusaha kuliner karena konsumen lebih banyak membandingkan kualitas produk.

Menurut (Kotler & Keller, 2016), kualitas produk kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang di inginkan pelanggan. Sedangkan Menurut Assauri (2018: 45), kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil itu dimaksudkan.

Dari beberapa definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan pelanggan. Keinginan pelanggan tersebut diantaranya keawetan produk, keandalan produk, kemudahan pemakaian serta atribut bernilai lainnya. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh (Kualitas, 2022) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Bakso Cuanki Serayu Bandung, Indonesia. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat

pengaruh kualitas produk yang positif terhadap kepuasan konsumen Bakso Cuanki Serayu.

Adapun faktor lain yang sangat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah promosi, promosi sangat diperlukan oleh pengusaha hal ini dikarenakan promosi mampu menarik pelanggan untuk membeli produk yang dijual oleh pengusaha dan promosi juga mampu memperluas jangkauan pemasaran. Dengan promosi Perusahaan akan memperkenalkan produk yang dijual kepada konsumen dengan tujuan menarik konsumen agar tertarik terhadap produk yang dijual.

Menurut Kotler dan Keller (2016:47), promosi merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahmawati, 2023) Pengaruh Harga, Cita Rasa, Lokasi, Promisi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Di Mie Ayam Sebatas Ikhtiar Bekasi. Hasil penelitian ini menunjukkan Harga, Cita Rasa, Lokasi, Promosi dan Kualitas Pelayanan diterima artinya secara bersama-sama (simultan) terdapat pengaruh positif dan signifikan Terhadap Loyalitas Konsumen.

Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa pengusaha harus mampu memiliki loyalitas konsumen agar usaha terus tetap berkembang dan maju, untuk meningkatkan loyalitas konsumen pengusaha harus memperhatikan harga, kualitas produk dan promosi.

CV Pentol Bakso Oye Nganjuk adalah salah satu perusahaan terbesar yang berada di Nganjuk, CV Pentol Bakso Oye ini terletak Pada Desa Kalianyar Kecamatan Kertosono Kabupaten Nganjuk. Perusahaan ini berdiri sejak 2015 yang berawal dari usaha home industry kecil-kecilan lalu mengembangkan produk dengan pentol bakso dalam kemasan *frozen food*. CV Pentol Bakso Oye memiliki ragam produk bakso antara lain yaitu,, bakso original, bakso mercon, bakso jamur, bakso urat, bakso lava, bakso jumbo isian daging, tahu bakso dan kuah bakso. Saat ini Perusahaan CV Pentol Bakso Oye Nganjuk mampu memproduksi 50ton perharinya, yang artinya tingkat penjualan sangat tinggi setiap harinya hal ini tidak lepas dari loyalitas konsumen karena memiliki kepuasan dalam segi harga yang terjangkau dan kualitas produk yang baik dan promosi yang cukup luas dan menarik oleh konsumen. Hal ini yang membuat ketertarikan dalam melakukan penelitian dengan berjudul “**Analisis Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan pada CV Pentol Bakso Oye Nganjuk.**”

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang diatas maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Harga yang diberikan CV Pentol Bakso Oye terjangkau, namun masih ada beberapa produk pentol bakso yang memiliki harga yang cukup tinggi dan dapat disaingi oleh harga-harga dipasaran, hal ini bila dibiarkan akan menurunkan loyalitas pelanggan.

2. Kualitas Produk yang diberikan sudah relative baik, namun pada produk pentol bakso jumbo kurang memiliki rasa daging yang kuat dengan harga yang diberikan cukup tinggi, apabila hal ini terus terjadi maka akan berdampak pada loyalitas pelanggan yang menurun.
3. Promosi yang dilakukan saat ini masih melalui kemitraan toko yang tersebar di wilayah Nganjuk, kurangnya promosi ini akan mengurangi tingkat loyalitas pelanggan.

C. Batasan Masalah

Adapun peneliti membatasi diri pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Peneliti membatasi penelitian pada variabel Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi
2. Peneliti membatasi penelitian ini dengan populasi adalah pelanggan CV Pentol Oye Nganjuk yang datang pada outlet Desa Kalianyar Kecamatan Kertosono
3. Sampel yang digunakan sebanyak 40responden

D. Rumusan Masalah

1. Apakah Harga Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV Pentol Bakso Oye Nganjuk?
2. Apakah Kualitas Produk Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV Pentol Bakso Oye Nganjuk?

3. Apakah Promosi Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV Pentol Bakso Oye Nganjuk?
4. Apakah Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV Pentol Bakso Oye Nganjuk?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui dan Mengenalisis Harga Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV Pentol Bakso Oye Nganjuk.
2. Untuk Mengetahui dan Mengenalisis Kualitas Produk Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV Pentol Bakso Oye Nganjuk
3. Untuk Mengetahui dan Mengenalisis Promosi Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV Pentol Bakso Oye Nganjuk.
4. Untuk Mengetahui dan Mengenalisis Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV Pentol Bakso Oye Nganjuk

F. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Toritis

- a. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat digunakan untuk membandingkan teori manajemen yang didapat di bangku kuliah dengan yang terjadi dilapangan. Sebagai upaya lebih mendalami masalah Pemasaran serta menerapkan teori – teori yang telah diperoleh.

b. Bagi akademis

1. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi penelitian berikut, serta memberikan sumbangan pemikiran bagi ilmu Pemasaran.
2. Penelitian ini untuk membandingkan pengetahuan teori dengan kenyataan yang ada di dalam praktek, sehingga dapat diketahui sejauh mana pengetahuan teori dapat diterapkan dalam praktek.

2. Secara Praktis

a. Bagi Instansi

Laporan Tugas Akhir ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam bidang Manajemen Pemasaran khususnya tentang Loyalitas Pelanggan, Harga, Kualitas Produk dan Promosi.

b. Bagi Pembaca

Sebagai bahan pertimbangan bila menghadapi atau menemukan permasalahan yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manap. 2021. Revolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Anwar Sanusi. (2014). Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Arief. 2020. Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan. Malang: Bayumedia Publishing
- Assauri, S. (2018). Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi). Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Arikunto, S. (2017). Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian Program. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hurriyati, Ratih. (2018). Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung : Alfabeta
- Kotler, P. and Keller, Kevin L. 2016: Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, P., & Armstrong, G (2018). Principles of Marketing Global Edition 17th Edition. London: Pearson Education.
- Tjiptono, Fandy. 2014, Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Andi,
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, penerbit Alfabeta, Bandung