

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN SALURAN  
DISTRIBUSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KERUPUK UD  
RAYA 2 DI KECAMATAN GURAH KABUPATEN KEDIRI**

**SKRIPSI**

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



OLEH :

**DEVI FITRIYASARI**  
NPM: 2012010392

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI  
2024**

Skripsi Oleh:

**DEVI FITRIYASARI**

NPM : 2012010392

Judul :

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN SALURAN  
DISTRIBUSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KERUPUK  
UD RAYA 2 DI KECAMATAN GURAH KABUPATEN KEDIRI**

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

Tanggal : 8 Juni 2024

Dosen Pembimbing I



**Dr. Ema Nurzainul H., M.M**  
NIDN. 0727127801

Dosen Pembimbing II



**Sigit Ratnanto, M.M.**  
NIDN. 0706067004

Skripsi Oleh:

**DEVI FITRIYASARI**  
NPM. 2012010392

Judul:


**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN SALURAN  
DISTRIBUSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KERUPUK  
UD RAYA 2 DI KECAMATAN GURAH KABUPATEN KEDIRI**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Sidang/Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Nusantara PGRI Kediri  
Pada tanggal :15 Juli 2024

**Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan**

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr. Ema Nurzainul H., M.M
2. Penguji I : Poniran Yudho Leksono, M.M
3. Penguji II : Sigit Ratnanto, M.M.



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis



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

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(Q.S Al- Insyirah : 5-6)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S. Al-Baqarah :286)

### **PERSEMBAHAN**

Untuk Kedua Orang Tuaku Bapak Sutaji dan Ibu Endah Mistinah serta Kakakku  
Tercinta

“Untuk kedua orang tua tercinta yang selalu mendoakan kebaikan bagi anak-anaknya, memberikan kasih sayang, dukungan, cinta, serta motivasi yang tiada henti. Untuk kakakku yang selalu memberi semangat dan saran, menjadi inspirasi dan kebanggaan dalam hidupku. Terima kasih telah membuktikan kepada dunia bahwa seorang anak dari keluarga sederhana bisa meraih gelar sarjana”

## ABSTRAK

**Devi Fitriyasari:** Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Kerupuk UD Raya 2 di Kecamatan Gurah Kabupaten Kediri. Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2024.

**Kata Kunci :** Harga, Kualitas Produk, Saluran Distribusi, Loyalitas Pelanggan

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Menganalisis harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada UD Raya 2. (2) Menganalisis kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada UD Raya 2. (3) Menganalisis Saluran Distribusi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan UD Raya 2. (4) Menganalisis harga, kualitas produk, saluran distribusi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Populasi yang digunakan adalah seluruh pelanggan krecek kerupuk UD Raya 2. Sampel penelitian ini sebanyak 40 orang. Teknik pengambilan sampel yaitu *Accidental Sampling* menggunakan kuosioner. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, pada tahap analisis dilakukan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik meliputi uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linear berganda, uji determinasi koefisien ( $R^2$ ), uji hipotesis meliputi uji t (secara parsial), uji F (secara simultan). Hasil penelitian menunjukkan harga memiliki hubungan yang positif tetapi tidak berpengaruh yang signifikan dan Kualitas Produk, Saluran Distribusi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di UD Raya 2 Kecamatan Gurah Kabupaten Kediri.

## **KATA PENGANTAR**

Puji Syukur Kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya tugas penyusunan proposal ini dapat diselesaikan. Penyusunan proposal 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. Dr. Zainal Afandi, M.Pd selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Amin Tohari, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Restin Meilina, M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Dr. Ema Nurzainul H., M.M selaku dosen pembimbing 1 yang selalu memberikan arahan dan dorongan motivasi.
5. Sigit Ratnanto, M.M. selaku dosen pembimbing 2 yang selalu memberikan arahan dan dorongan motivasi.
6. Bapak ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Bu Nana selaku pemilik UD Raya 2 yang telah memberikan izin dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Kedua orang tua yaitu Bapak Sutaji dan Ibu Mistinah yang telah memberikan dukungan dan doa penuh untuk menyelesaikan skripsi saya.
9. Kakak kandung penulis, Yuliana Puji Astutik yang telah memberikan doa dan dukungan lahir batin untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Keluarga kedua penulis yaitu Bapak Junaidi dan Ibu Hariyanah yang telah memberikan doa, dukungan lahir dan batin serta telah memfasilitasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Lucky Akbar Fitriyan yang telah senantiasa memberikan doa, dukungan, dan semangat tiada henti, yang menjadi pilar kuat dalam setiap langkah, dan yang selalu menjadi pendengar setia dalam setiap perjuangan menyelesaikan skripsi ini, terima kasih tak terhingga.
12. Teman-teman terdekat penulis Astin Sarah Hevinias, Silvia Sefty Adisty, Miftakhul Janah, Fenia Mahfudzoh, Dhea Keniza Putri, Anggun Sajidha yang telah membantu dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan semangat kepada penulis.
14. Semua pihak yang telah memberikan doa serta dukungan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa Proposal Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan masukan dan saran yang bersifat membangun bagi penulis sehingga penulis dapat menyusun Proposal Skripsi dengan lebih baik kedepannya. Proposal Skripsi ini diharapkan dapat menjadi tambahan ilmu pengetahuan dan dapat memberi manfaat bagi penulis dan bagi semua pembaca. Harapan penyusun semoga Proposal Skripsi ini akan memberikan manfaat bagi pembaca pada umumnya dan bagi mahasiswa

jurusan Manajemen pada umumnya.

Kediri 19 Juni 2024

**Devi Fitriyasari**  
**NPM : 2012010392**



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Pembatasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah.....	10
E. Tujuan Penelitian.....	10
F. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II : KAJIAN TEORI dan HIPOTESIS.....	13
A. Kajian Teori.....	13
1. Loyalitas Pelanggan.....	13
a. Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	13
b. Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	14
c. Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	15
d. Jenis-Jenis Loyalitas Pelanggan.....	15
e. Indikator Loyalitas Pelanggan.....	16
f. Nilai Strategik Loyalitas Pelanggan.....	16
2. Harga.....	18
a. Pengertian Harga.....	18
b. Peranan Harga.....	19
c. Konsep Harga.....	19

	d. Tujuan Penetapan Harga.....	19
	e. Indikator Harga.....	20
	3. Kualitas Produk .....	21
	a. Pengertian Kualitas Produk .....	21
	b. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	21
	c. Dimensi Kualitas Produk.....	22
	d. Indikator Kualitas Produk.....	23
	e. Tingkatan Kualitas Produk .....	23
	f. Manfaat Kualitas Produk .....	24
	1. Saluran Distribusi .....	25
	a. Pengertian Saluran Distribusi .....	25
	b. Tipe-Tipe Saluran Distribusi .....	26
	c. Indikator-Indikator Saluran Distribusi.....	26
	d. Jenis-Jenis Saluran Distribusi .....	27
	e. Fungsi Saluran Distribusi .....	27
	B. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu.....	28
	C. Kerangka Berpikir .....	30
	1. Hubungan Harga dengan Loyalitas Pelanggan .....	31
	2. Hubungan Kualitas Produk dengan Loyalitas Pelanggan .....	32
	3. Hubungan Saluran Distribusi dengan Loyalitas Pelanggan .....	32
	4. Hubungan Harga, Kualitas Produk dan Saluran Distribusi dengan Loyalitas Pelanggan .....	33
	D. Kerangka Konseptual .....	33
	E. Hipotesis.....	35
<b>BAB III</b>	<b>: METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
	A. Variabel Penelitian.....	37
	1. Identifikasi Variabel Penelitian .....	37
	2. Definisi Operasional Penelitian.....	38

B. Pendekatan dan Teknik Penelitian .....	40
1. Pendekatan Penelitian .....	40
2. Teknik Penelitian.....	40
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	41
1. Tempat Penelitian.....	41
2. Waktu Penelitian .....	41
D. Populasi dan Sampel .....	41
1. Populasi .....	41
2. Sampel.....	41
E. Instrumen Penelitian .....	44
1. Pengembangan Instrumen .....	44
2. Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	45
F. Teknik Pengumpulan Data.....	48
1. Sumber Data .....	48
2. Langkah-Langkah Pengumpulan Data.....	48
G. Teknik Analisis Data.....	54
1. Teknik Analisis Statistik Deskriptif.....	54
2. Teknik Analisis Regresi Linear Berganda .....	55
a. Uji Asumsi Klasik .....	55
b. Analisis Regresi Linear Berganda .....	57
c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	58
d. Uji Hipotesis .....	58
 BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	 62
A. Gambaran Umum Tempat Penelitian .....	62
1. Sejarah UD Raya 2.....	62
2. Visi dan Misi UD Raya 2.....	63
B. Deskripsi Data Responden.....	63
C. Deskripsi Data Variabel.....	66
1. Tanggapan Responden Terhadap Harga ( $X_1$ ).....	66
2. Tanggapan Responden Terhadap	

	Kualitas Produk ( $X_2$ ) .....	69
	3. Tanggapan Responden Terhadap Saluran Distribusi ( $X_3$ ) .....	72
	4. Tanggapan Responden Loyalitas Pelanggan (Y) .....	75
D.	Hasil Analisis Data .....	77
	1. Analisis Data Uji Asumsi Klasik.....	77
	a. Uji Normalitas.....	77
	b. Uji Multikolinieritas.....	79
	c. Uji Heteroskedastisitas .....	80
	2. Analisis Regresi Berganda .....	82
	3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	84
E.	Pengujian Hipotesis .....	85
	1. Uji t (Secara Parsial).....	85
	2. Uji F (Secara Simultan) .....	87
F.	Pembahasan .....	89
	1. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan....	89
	2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	90
	3. Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	92
	4. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	94
BAB V	: SIMPULAN DAN SARAN .....	97
	A. Simpulan .....	97
	B. Saran .....	98
	Daftar Pustaka .....	100
	Lampiran-Lampiran .....	103

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 : Jumlah Usaha Bidang Kerupuk di Kabupaten Kediri.....	4
2.2 : Penelitian Terdahulu .....	28
3.1 : Hasil Uji Validitas .....	46
3.2 : Hasil Uji Reliabilitas.....	47
3.3 : Nilai Skala Likert.....	50
3.4 : Kisi-Kisi Kuosioner .....	50
4.1 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga ( $X_1$ ) .....	66
4.2 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) ...	69
4.3 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Saluran Distribusi ( $X_3$ ) .....	72
4.4 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan ( $Y_1$ ).....	75
4.5 : Uji Multikolinearitas.....	80
4.6 : Hasil Analisis Regresi Berganda .....	82
4.7 : Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....	84
4.8 : Hasil Analisis Uji t (Parsial) .....	86
4.9 : Hasil Analisis Uji F (Simultan) .....	88

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 : Tahapan Pembentukan Loyalitas .....	3
2.1 : Kerangka Konseptual.....	34
4.1 : Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	64
4.2 : Data Responden Berdasarkan Usia.....	64
4.3 : Data Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	65
4.4 : Hasil Uji Normalitas .....	78
4.5 : Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	81

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 : Kuosioner .....	103
2 : Nilai t Tabel .....	108
3 : Nilai r Tabel .....	109
4 : Nilai F Tabel .....	110
5 : Hasil SPSS Data Responden.....	111
6 : Hasil SPSS Variabel Harga ( $X_1$ ).....	112
7 : Hasil SPSS Variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ).....	114
8 : Hasil SPSS Variabel Saluran Distribusi ( $X_3$ ) .....	116
9 : Hasil SPSS Variabel Loyalitas Pelanggan ( $Y_1$ ).....	117
10 : Hasil SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Harga ( $X_1$ ) .....	119
11 : Hasil SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ).....	120
12 : Hasil SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Saluran Distribusi ( $X_3$ ) .....	121
13 : Hasil SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan ( $Y_1$ ) .....	122
14 : Hasil Kuosioner .....	123
15 : Kartu Bimbingan Skripsi .....	127
16 : Surat Pengantar/Surat Izin Penelitian .....	129
17 : Surat Balasan Penelitian .....	130
18 : Hasil Plagiasi .....	131

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Trend kuliner mencerminkan perubahan selera eksplorasi kreatif dalam dunia makanan. Dengan kemajuan teknologi dan konektivitas global, orang-orang semakin terbuka pada pengalaman kuliner baru dan unik yang di populer dalam media sosial. Pada saat ini orang-orang akan mengikuti trend dan membeli makanan sesuai dengan apa yang populer saat ini, dengan dukungan dari media sosial dimana makanan yang unik menjadi fenomena global yang mencerminkan ketertarikan orang-orang terhadap pengalaman rasa yang mendalam dan intens. Saat ini banyak sekali trend makanan yang pedas yang memberikan dorongan yang signifikan terhadap popularitasnya, dengan berbagai masakan dan camilan pedas dari berbagai belahan dunia, trend makanan terus menantang batas-batas rasa dan menjadi keanekaragaman kuliner salah satunya yaitu manfaat dari krecek kerupuk uyel yang dahulunya hanya dijumpai sebagai camilan khas diberbagai daerah di Indonesia, kini telah menjadi tren utama dalam hidangan seblak kuah, seblak kering (Sebring) daun jeruk, baso aci hingga camilan kering dengan berbagai rasa. Trend ini mencerminkan eksplorasi kreatif dalam dunia kuliner, dimana krecek kerupuk menjadi bahan tambahan favorit untuk menciptakan variasi cita rasa yang menarik. Peluang bisnis krecek kerupuk semakin menjanjikan dengan tingginya minat masyarakat akan camilan tradisional yang kaya akan rasa dan tekstur yang renyah. Dengan

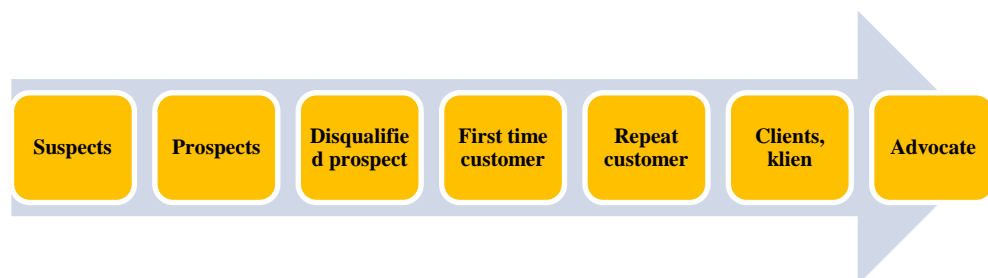


strategi pemasaran yang tepat dan inovasi dalam variasi produk, bisnis krecek kerupuk memiliki potensi besar untuk meraih kesuksesan di pasar kuliner lokal maupun internasional dan menentukan prospek peluang bisnis ini. Umlah pengusaha di sektor makanan terus bertambah seiring waktu. Perusahaan perlu berusaha untuk mengikuti dan menyesuaikan diri dengan perubahan tersebut. Persaingan yang ketat mendorong para pelaku bisnis untuk menunjukkan keunggulan mereka melalui berbagai strategi pemasaran yang bertujuan memuaskan konsumen (Arifin et al., (2020)

Loyalitas pelanggan dapat dikatakan strategi bisnis yang bertujuan untuk mempertahankan pelanggan yang sudah menjadi pembeli tetap pada bisnis. Pelanggan yang senang pada pembelian produk akan memberikan ulasan atau testimoni yang positif dan mendukung pastinya memiliki peluang menyebarkan produk atau layanan dan memiliki dampak positif terhadap kelangsungan bisnis yang dapat bertahan lama untuk membeli produk secara berulang-ulang. Loyalitas dikatakan penting dalam jangka panjang perusahaan. Loyalitas bukan lagi hanya sekedar layanan, tetapi mencerminkan kesetiaan jangka panjang antara pelanggan dengan perusahaan. Loyalitas pelanggan adalah kesetiaan yang kuat dari pelanggan yang tercermin dalam keinginan mereka untuk terus membeli secara berulang atau layanan tertentu secara berkelanjutan. Upaya pemasaran bisa memengaruhi keputusan mereka, loyalitas ini mengarah pada pola pembelian yang konsisten dan stabil (Mahanani & Alam, (2022).

Berbagai faktor yang dapat mempengaruhi global yang memainkan peran kunci dalam keberhasilan selain itu perubahan trend konsumen juga memiliki peran yang penting dalam menentukan kinerja bisnis pada kesuksesan keberhasilan suatu bisnis dapat dipengaruhi oleh ekonomi. Pada era saat ini loyalitas pelanggan menjadi faktor yang kompleks, pertama pengalaman pelanggan memainkan peran kunci, dimana interaksi yang positif dapat meningkatkan ikatan pelanggan. selain itu faktor ekonomi seperti harga yang kompetitif dan nilai produk turut berperan dalam mempertahankan loyalitas. Dalam konteks ini, memahami kompleksitas interaksi antara faktor-faktor ini menjadi esensial untuk meningkatkan cara pemasaran yang efektif untuk membangun loyalitas pelanggan yang kompetitif ini. Dalam buku (Rifa'i (2015), Ada lima faktor yang menyebabkan pelanggan setia, yaitu nilai merek (brand value), karakteristik pelanggan, hambatan peralihan, kepuasan pelanggan, dan persaingan industri.

Loyalitas dapat terbentuk melalui tahapan-tahapan yang dapat membentuk pelanggan yang loyal. Griffin menyatakan membagi tahapan pembentukan loyalitas (Ramdani, (2019).



**Gambar 1.1 Tahapan Pembentukan Loyalitas**  
**Sumber : Griffin (2013) dalam Arfad (2015:17)**

Berdasarkan data yang diperoleh dari BPS di Kabupaten Kediri pada sektor kuliner di wilayah Kediri memiliki dominasi yang cukup tinggi pada bisnis makanan maupun minuman salah satunya adalah pada bisnis makanan yaitu kerupuk. Berdasarkan data terbaru jumlah UMKM pada Dinas Koperasi dan Usaha Mikro 2022 memiliki banyak UMKM yang berbisnis pada bidang makanan terdapat 1320 industri yang bergerak pada bidang makanan maupun minuman. Namun tidak ditemukan data yang spesifik mengenai jumlah bisnis yang bergerak pada bidang bisnis kerupuk namun sebagian besar bisnis atau UMKM bergerak pada bidang makanan yang salah satunya adalah bisnis kerupuk terdapat banyak bisnis yang bergerak pada bidang kerupuk seperti kerupuk ikan, jagung, uyel, dan lainnya. Berikut adalah tabel 1.1 data usaha kerupuk yang berada di wilayah Kediri.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Usaha Bidang Kerupuk di**  
**Kabupaten Kediri 2024**

<b>Nama Bisnis</b>	<b>Produk</b>	<b>Tempat</b>	<b>Harga</b>
UD Raya 2	Kerupuk Uyel	Gurah	18.000
Kerupuk Uyel (Dee Vie)	Kerupuk Uyel	Gurah	16.700
Kerupuk Uyel	Kerupuk Uyel	Kota Kediri	16.500
Kasan Kerupuk	Kerupuk Uyel	Mrican	15.500

Sumber : [https://www.facebook.com/?locale=id\\_ID](https://www.facebook.com/?locale=id_ID)

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa sektor usaha pada bidang kerupuk ataupun keripik di Kabupaten Kediri memiliki jenis bidang yang berbeda-beda mulai dari kerupuk uyel, keripik singkong, keripik usus, aneka snack, kerupuk ikan, kerupuk tenggiri, dan kerupuk uyel. Para pemilik bisnis ini tersebar diseluruh kecamatan Gurah Kabupaten Kediri yang masih

memiliki mengalami berbagai masalah, keuangan, pemasaran dan manajemen.

Persaingan pada masa kini yang semakin ketat sebagai pelaku usaha harus mempertimbangkan harga produk. Pemahaman yang mendalam tentang harga produk dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Pada sebuah bisnis pemasaran dikatakan sangat penting dalam dunia bisnis modern dikarenakan dalam era dimana bisnis semakin ketat dan konsumen semakin cerdas. Strategi pemasaran yang efektif menjadi salah satu kunci dalam pebisnis. Perubahan pesat dalam teknologi, perilaku konsumen, dan dinamika pasar telah menciptakan lingkungan pemasaran yang berbeda dari masa lalu, Pemasaran yaitu hal dikatakan penting bagi seorang pemilik usaha yang memiliki keinginan bertahan dan berkembang saat ini. Pemasaran yaitu proses di mana individual ataupun komunitas guna terpenuhi kebutuhan dengan cara menghasilkan, menawarkan, dan menukar barang atau layanan yang memiliki nilai dengan individu atau komunitas lain (Hestanto, (2024).

Harga mencerminkan nilai yang di tempatkan pada produk yang disediakan perusahaan dan berpotensi memengaruhi persepsi pelanggan mengenai mutu barang. penentuan harga melibatkan sejumlah faktor seperti faktor produksi, keuntungan yang diinginkan, persaingan pasar, serta aspek psikologis seperti harga yang berakhir dengan angka tertentu. Harga merupakan nilai yang harus dimiliki pelanggan untuk memperoleh manfaat dari suatu barang atau layanan. Dalam arti lain, harga yaitu suatu nilai yang

dipahami oleh pelanggan untuk mempunyai dan memperoleh manfaat suatu barang atau layanan (Rosyda, (2021). Menurut peneliti Sari, Maryani (2020), yang melakukan penelitian terhadap harga yang mengindikasikan pengaruh signifikan variabel harga terhadap variabel loyalitas pelanggan.

Kualitas produk juga sangat penting dalam mempertahankan penjualan produk, pada industri saat ini pesaing semakin banyak bermunculan dan persaingan semakin ketat, dalam upaya untuk mempertahankan pangsa pasar, industri harus memahami hal-hal terkait yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, sehingga kualitas produk harus tetap diperhatikan agar konsumen tidak beralih ke industri yang lain. Saidani dan Arifin mengatakan dalam (Dr.Harjadi, Arraniri & Hak, (2021) Kualitas mengacu pada kemampuan suatu produk untuk memenuhi fungsinya dengan baik. Hal ini seperti ketahanan keseluruhan, keandalan, presisi, kemudahan pengoperasian, kemampuan memperbaiki, dan atribut berharga lainnya yang berkaitan dengan kinerja dan nilai produk. Menurut peneliti Hasil Penelitian Nurazizah, Ambarwati, Jatmiko (2022), membuktikan hasil kualitas produk memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel loyalitas pelanggan secara signifikan, namun pada penelitian yang dilakukan oleh Safitri, Fandiyanto, Wiryaningtyas (2022), membuktikan kualitas ada pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Di era globalisasi persaingan bisnis yang semakin ketat ini saluran distribusi mempunyai peran penting dalam strategi pemasaran ataupun perusahaan, saluran distribusi tidak hanya menjadi cara fisik antara

produsen dengan konsumen, tetapi memiliki peran dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap suatu produk. Saluran Distribusi bukan hanya berperan sebagai jalur untuk menyalurkan produk terhadap pelanggan tetapi juga menjadi kunci dalam membentuk pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Saluran distribusi adalah rangkaian lembaga yang melaksanakan berbagai aktivitas (manfaat) yang diperlukan mendistribusikan produk dan hak kepemilikannya dari produsen ke konsumen (Ritonga et al., (2018). Saluran distribusi yang efektif bisa menghasilkan pengalaman yang positif dan meningkatkan kepercayaan, dan menguatkan hubungan jangka lama. Pada penelitian Kris Dipayanti dan Heri Hernayadi saluran distribusi mempunyai pengaruh yang signifikan pada loyalitas pelanggan.

UD Raya 2 yang berlokasi di Adan-Adan, Kecamatan Gurah Kabupaten Kediri. UD Raya 2 ini bergerak pada bidang industri krecek kerupuk uyel yang merupakan usaha kuliner. UD Raya 2 merupakan industri krecek kerupuk uyel sudah berdiri sejak tahun 2007 dan saat ini prospek penjualan UD Raya 2 ini terus berkembang pesat serta memiliki 32 karyawan di dalamnya. UD Raya 2 ini menjalankan usaha krecek kerupuk dengan jumlahnya yang cukup banyak dan kemudian akan dijual kepada tengkulak. Penjualan terus meningkat karena kerupuk merupakan salah satu bahan pangan yang terus dibutuhkan sebagai kebutuhan masyarakat. Harga produk yang diberikan relatif rendah dan selalu dijaga agar tetap terjangkau untuk konsumen dan dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat. Hal ini

menciptakan hubungan yang baik dengan pelanggan dan dapat digunakan untuk memastikan keberlanjutan usaha krecek kerupuk UD Raya 2.

Tujuan utama yang menjadi fokus UD Raya 2 adalah untuk membangun loyalitas pelanggan, yang diharapkan akan memberikan dampak positif bagi bisnis. UD Raya 2 memiliki strategi yang matang dalam memenuhi kebutuhan pelanggan agar dapat memasarakan dengan baik. Dalam elemen produk krecek kerupuk memberikan varian rasa bawang dengan rasa yang otentik dan memiliki kualitas yang terjamin. UD Raya 2 juga selalu menjaga konsistensi dalam penyajian dan kemasan produk yang menjadi perhatian utama. Selain itu usaha bisnis ini telah berdiri sejak tahun 2007 maka kualitas yang diberikan sudah terbentuk dan telah memahami kebutuhan dari pelanggan maka konsumen juga tidak akan merasa ragu dalam melakukan pembelian secara berulang.

Dari penjelasan yang telah diberikan maka penulis merasa tertarik untuk menjalankan penelitian untuk mencari pemahaman yang lebih mendalam tentang pengaruh harga produk yang dapat memengaruhi baik terhadap keuntungan bisnis. Produk yang berkualitas tinggi cenderung dapat menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan dapat membangun citra merek yang kuat, selain itu untuk mengetahui saluran distribusi dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kolaborasi diantara pelaku bisnis. Maka saya mengambil penelitian dengan tiga hal tersebut untuk menciptakan dalam membentuk loyalitas pelanggan yaitu dengan menganalisis interkasi harga produk, kualitas produk dan saluran

distribusi. Maka peneliti mengambil dengan judul penelitian “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Kerupuk UD Raya 2 di Kecamatan Gurah Kabupaten Kediri”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Dengan latar belakang maka dapat diidentifikasi permasalahan. Untuk mengidentifikasi masalah pada penelitian ini diantaranya:

1. Harga kerupuk uyel terasa mahal bagi sebagian konsumen yang menyebabkan potensi penurunan pembelian dan dampak negatif terhadap loyalitas pelanggan.
2. Masalah pada kualitas kerupuk uyel teridentifikasi dari sebagian konsumen dari tekstur yang berubah-ubah, adanya cacat dari bentuk kerupuk uyel dan rasa yang kurang memuaskan
3. Masalah dalam saluran distribusi muncul akibat keterlambatan pengiriman, kerusakan produk, dan ketersediaan di toko-toko terdekat.
4. Harga yang mahal, kualitas produk yang tidak konsisten (tekstur berubah, cacat bentuk) dan masalah distribusi (keterlambatan pengiriman, kerusakan produk, ketersediaan terbatas di toko). Hal ini berpotensi menurunkan pembelian dan loyalitas pelanggan.

## **C. Pembatasan Masalah**

Penelitian ini berfokus pada pengaruh harga, kualitas produk, saluran distribusi terhadap loyalitas pelanggan krecek krupuk uyel UD Raya 2 di kecamatan Gurah Kabupaten Kediri. Pada penelitian ini berfokus pada pengaruh harga produk, kualitas produk, Saluran Distribusi terhadap loyalitas



pelanggan pada krecek kerupuk uyel di UD Raya 2 terhadap loyalitas pelanggan. Untuk membatasi penelitian ini agar mempunyai batasan permasalahan yang dibahas maka peneliti hanya mengambil responden untuk pelanggan yang berada pada UD Raya 2 kerupuk uyel.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka dapat diketahui rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Apakah harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di UD Raya 2?
2. Apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan UD Raya 2?
3. Apakah saluran distribusi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan UD Raya 2?
4. Apakah harga, kualitas produk, dan saluran distribusi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan UD Raya 2?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada UD Raya 2.
2. Untuk menganalisis kualitas produk secara pasial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada UD Raya 2.

3. Untuk menganalisis saluran distribusi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan UD Raya 2.
4. Untuk menganalisis harga, kualitas produk, saluran distribusi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

## **F. Manfaat Penelitian**

### 1. Manfaat Teoritis

- a. Meningkatkan pemahaman tentang harga produk yang penggunaannya dapat memberikan keunggulan persaingan dan keberhasilan bisnis bagi bisnis kerupuk uyel.
- b. Memperkuat pemahaman tentang hubungan antara kualitas produk dan pelanggan sehingga dapat menjadi pengembangan untuk teori selanjutnya.
- c. Meningkatkan pemahaman tentang pemahaman peran Saluran Distribusi memberikan kontribusi yang signifikan dalam membangun loyalitas pelanggan yang dapat menjadi dasar perusahaan untuk meningkatkan strategi pada kebijakan saluran distribusi.
- d. Manfaat teoritis dalam bidang pemasaran dengan memperbanyak pemahaman tentang pengaruh harga produk, kualitas produk, saluran distribusi terhadap loyalitas pelanggan.

### 2. Manfaat Praktis

- a. Memberikan panduan yang praktis bagi UD Raya 2 untuk merancang strategi pemasaran yang efektif dengan mengoptimalkan harga produk.

- b. Memberikan rekomendasi yang praktis pemilik bisnis untuk meningkatkan kualitas produk untuk memenuhi dan melebihi harapan pelanggan.
- c. Memberikan panduan praktis dalam mengelola saluran distribusi yang efektif agar memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afriantoni, A., & Ernawati, E. (2019). ANALISIS PERILAKU, KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK KOSMETIK MEREK BATRISYIA HERBAL (Studi Kasus pada Masyarakat Dusun Sido Dadi Desa Terentang Baru). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 8(3), 1–12. <https://doi.org/10.22437/jmk.v8i3.8591>
- Agustina, A., & Sunrowiyati, S. (2018). Analisis Faktor Kualitas Produk dan Harga guna Meningkatkan Volume Penjualan pada Usaha Genteng UD Super Blitar. *Jurnal Manajemen*, 8(1), 20–41.\
- Amitha, F. (2021). *Pengaruh citra merek, persepsi harga dan ulasan pelanggan terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee (study kasus warga pondok ungu permai blok nn)*. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/6325>
- Arif Fakhrudin, M. V. R. & A. (2022). *Bauran pemasaran* (A. T. Eldian (ed.)). Deepublish.
- Arifin, Z., S, E. D., & Rino Sardanto. (2020). Restrukturisasi Ekonomi dan Bisnis di Era Covid 19. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri*, 419.
- Bambang Permadi1, E. T. A. (2013). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Sepeda United di Tangerang Selatan. *Encyclopedia of Systems Biology*, 1(2), 1646–1646. [https://doi.org/10.1007/978-1-4419-9863-7\\_940](https://doi.org/10.1007/978-1-4419-9863-7_940)
- Dipayanti, K., & Hernayadi, H. (2022). Pengaruh Promosi dan Saluran Distribusi terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Nellco Special OBH di PT. Lenko Surya Perkasa Cabang Ciracas. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(2), 180. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v5i2.15614>
- Dr. Dikdik Harjadi, S.E, M.Si Iqbal Arraniri . S.E.I, M. ., & Hak. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*.
- Dr. Khamdan Rifa'i, SE., M. S. (2015). *MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN*.
- Febrianti, D. (2021). PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PRODUK AIR MINUM DALAM KEMASAN (AMDK) PADA CV. AQUAKU JAYA BERSAMA DOMPU NUSA TENGGARA BARAT. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (Vol. 3, Issue 2). [https://repository.ummat.ac.id/2137/1/COVER-BAB\\_III\\_DINDA\\_FEBRIANTI\\_NIM\\_217120159\\_ADMINISTRASI](https://repository.ummat.ac.id/2137/1/COVER-BAB_III_DINDA_FEBRIANTI_NIM_217120159_ADMINISTRASI)

BISNIS.pdf

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (p. 490).

Hestanto. (2024). *pemasaran menurut Tjiptono*.  
<https://www.hestanto.web.id/pemasaran-menurut-para-ahli/>

Huraida, T. (2021). *Faktor-faktor yang berpengaruh pada loyalitas pelanggan di Toko Bangunan Sempurna (Spn)*. 1–72.  
<https://ecampus.iainbatusangkar.ac.id/batusangkar/AmbilLampiran?d=GtiiN14zpdJi5b1mtfyWu9WmIOGYPxMbJNuWFICKi1DjBw4CwIxSSDHOUbdcfobcbm6JONRYUggS6KU4%2BQjL4Umw70nWiHwlKaIWqbNgcOUCowA3NVfo1cKhpvWx7h%2BkuQstovdnp3OckWa0%2BZ9TtRkduAz6BKUgs8%2BPhvOMkrs%3D>

Husni Muharram Ritonga, BA, M. S. M. (2018). *Manajemen Pemasaran*.

Indrasari, D. M. (2019). *Manajemen Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*.

Ismanto. (2020). *Pengertian Loyalitas Pelanggan*.  
[https://books.google.co.id/books?id=O73FEAAAQBAJ&pg=PA170&dq=pengertian+loyalitas+pelanggan+menurut+para+ahli&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=0&source=gb\\_mobile\\_search&sa=X&ved=2ahUKEwiPkaD09OC CAxUhSGwGHXSCC2cQ6wF6BAgPEAU#v=onepage&q=pengertian\\_loyalitas\\_pela](https://books.google.co.id/books?id=O73FEAAAQBAJ&pg=PA170&dq=pengertian+loyalitas+pelanggan+menurut+para+ahli&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&sa=X&ved=2ahUKEwiPkaD09OC CAxUhSGwGHXSCC2cQ6wF6BAgPEAU#v=onepage&q=pengertian_loyalitas_pela)

Karundeng, Thessa Natasya Mandey, S. L., & Sumarauw, J. S. B. (2018). Analisis Saluran Distribusi Kayu (Studi Kasus Di Cv. Karya Abadi, Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1748–1757.

Mahanani, E., & Alam, I. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan D’besto Cabang Darmaga Caringin Bogor, Jawa Barat. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 19(01), 11–21.  
<https://doi.org/10.36406/jam.v19i01.550>

Paramita, S. (2023). *PENGARUH STRES KERJA, WORK LIFE BALANCE DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP TURNOVER INTENTION PERAWAT DI RS. SILOAM KEBON JERUK*. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/10822>

Ramdani, R. (2019). Kualitas produk dan Kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen pada produk cabang Bandung Indah Plaza (BIP). *Jurnal Artikel*, 2019, 13–31.  
[https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3834/8/13.UNIKOM\\_RICKY\\_RAMDANI\\_BAB\\_II.pdf](https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3834/8/13.UNIKOM_RICKY_RAMDANI_BAB_II.pdf)

Riadi, M. (2020). *Kualitas Produk (Pengertian, Manfaat, Dimensi, Perspektif dan Tingkatan)*. <https://www.kajianpustaka.com/2020/02/kualitas-produk->

[pengertian-manfaat-dimensi-perspektif-dan-tingkatan.html](#)

Ritonga, H. M., Fikri, M., Siregar, N., Agustin, R. R., & Hidayat, R. (2018). Manajemen Pemasaran. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.

Rosyda. (2021). *Pengertian Harga: Fungsi, Jenis, Tujuan, dan Contohnya*. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-harga/>

Sa'adah, L. (2020). *Karakteristik Loyalitas Pelanggan*. [https://www.google.co.id/books/edition/Penerapan\\_Customer\\_Relationship\\_Manageme/\\_roxEAAAQBAJ?hl=id](https://www.google.co.id/books/edition/Penerapan_Customer_Relationship_Manageme/_roxEAAAQBAJ?hl=id)

Saleh, L. S. H. R. T. R. M. Y., Ruslan, A. H. H. A. F. M., Chahyono, T. S. F. T. A. M. S., Editor: Laurent Sanjaya Hasanuddin Remmang Tyta Ripal Muh. Yusuf Saleh, Ruslan, A. H. H. A. F. M., & Chahyono, T. S. F. T. A. M. S. (2021). *MANAJEMEN PEMASARAN & BISNIS Perspektif Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*.

Sugiyono, P. D. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D* (2013th ed.). Alfabeta.

Widnyana, I. W., & Suarmanayasa, I. N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Pada LPD. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(2), 181. <https://doi.org/10.23887/bjm.v7i2.31923>

Yalindra, A. (2014). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. INTERINDO WISATA PEKANBARU* (Vol. 01). <http://repository.uin-suska.ac.id/id/eprint/3986>