

**PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN HARGA  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA HOME INDUSTRI  
FASHION JOGLO SUMINAR BATIK KHAS KEDIRI**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna  
memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)  
pada Program Studi Manajemen



OLEH:

**ANJAR PUSPITASARI**

**NPM: 2012010168**

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

**2024**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi Oleh :

**ANJAR PUSPITASARI**

**NPM:2012010168**

Judul :

**PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN HARGA  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA HOME INDUSTRI  
FASHION JOGLO SUMINAR BATIK KHAS KEDIRI**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada

Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Nusanrara PGRI Kediri

Tanggal: 11 Juni 2024

Pembimbing I



**Edy Djoko S, S.E M.M**

**NIDN:0715106203**

Pembimbing II



**Rony Kurniawan, M.M**

**NIDN:0730076804**

# LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Oleh :

ANJAR PUSPITASARI

NPM:2012010168

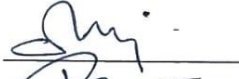


Judul :

**PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN HARGA  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA HOME INDUSTRI  
FASHION JOGLO SUMINAR BATIK KHAS KEDIRI**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri  
Pada tanggal: 11 Juli 2024

**Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan**

Panitia Penguji:

- |               |                              |   |
|---------------|------------------------------|---|
| 1. Ketua      | : Edy Djoko Soeprajitno, M.M |  |
| 2. Penguji I  | : Rino Sardanto S.pd M.Pd    |  |
| 3. Penguji II | : Rony Kurniawan M.M         |  |

Mengetahui,  
Dekan FEB,  
  
Dr. Amin Tohari, M.Si  
NIDN:0715078102

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya

Nama : Anjar Puspitasari  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat/tgl. Lahir : Kediri/ 04 Mei 1998  
NPM : 2012010168  
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, 11 juli 2024

Yang Menyatakan



Anjar Puspitasari  
NPM:2012010168

**MOTTO:**

*Rahasia dari keberhasilan adalah Anda terus menerus mengingat Bahwa Anda lebih baik dari apa yang Anda pikirkan..(Ary Ginanjar Agustian)*

*Keep your dreams big,make your heart stronger than your dobuts,Make sure your work is as big as your dream,and be willing to work hard and honestly in work that is simple ,but which leads you to your dreams.(Mario Teguh*

### **LEMBAR PERSEMBAHAN:**

Dengan segala puji syukur kepada Allah SWT dan atas dukungan serta do'a dari orang tercinta ,akhirnya Skripsi ini dapat di selesaikan dengan baik dan tepat waktu.Oleh karena itu ,dengan rasa bangga dan bahagia saya mengucapkan rasa syukur dan terimakasih kepada:

1. Allah SWT karena atas izin dan karuniannya maka skripsi ini dapat di buat dan telah selesai pada waktunya.
2. Ayah dan Ibu (alm) yang tercinta telah memberikan dukungan dan do'a yang tiada henti untuk kesuksesan saya .karena tiada kata seindah lantunan do'a yang beliau curhakan setiap waktu untuk saya.
3. Adik saya tercinta Rangga Saputra yang selalu memberi semangat dan do'a untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada Dr. Wulan Puji Lestari S.Pd .MM terimakasih atas suportnya selama ini sehingga saya mampu melalui proses pembuatan dan hingga terselesainya sekripsi ini dengan baik.
5. Teman saya zaenal yang sudah memberikan motivasi dan doa.
6. Sahabat – Sahabat ku yang telah memberi semangat dalam mengerjakan skripsi.

## Abstrak:

**Anjar Puspitasari:** Pengaruh Brand Image ,Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Home Industri Fashion Joglo Suminar Batik Khas Kediri,Skripsi,Manajemen,FEB UNP Kediri,2024.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Loyalitas Pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada *home industry* Joglo Suminar Batik di Kabupaten Kediri. Perilaku konsumen adalah kunci bagi perusahaan dalam menyesuaikan strategi pemasaran agar dapat mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan penting untuk keberlangsungan bisnis dan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor utama seperti citra merek, kualitas produk, dan harga. Kuantitatif adalah pendekatan penelitiannya, korelasional adalah jenis penelitiannya. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dibuktikan dengan nilai signifikansi  $0,012 < 0,05$ , Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dibuktikan dengan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dibuktikan dengan nilai signifikansi  $0,042 < 0,05$ . *Brand image*, kualitas produk, dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, nilai koefisien determinasi *Adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 42,9%, menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan dapat dipengaruhi oleh ketiga variabel independen *brand image*, kualitas produk, dan harga, saran bagi perusahaan sebaiknya untuk mempertimbangkan faktor-faktor ini dalam strategi pemasaran guna meningkatkan penjualan dan keberlanjutan usaha.

## **KATA PENGANTAR**

Puji Syukur Kami psnjstksn kehadirat Allah Tuhan Yang Maha Kuasa,Karena Hanya atas perkenan-Nya tugas penyusunan proposal ini dapat diselesaikan Penyusunan proposal ini meruapakan 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. Bapak Dr.Zainal Afandi,M.Pd selaku Rektor UNP Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
2. Bapak Dr .Amin Tohari ,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI.
3. Ibu Restin Meilina,M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Bapak Edy Djoko Soeprajitno,S.E,M.M selaku Dosen Pembimbing I
5. Bapak Rony Kurniawan M.M selaku Dosen Pembimbing II
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univeritas Nusantara PGRI Kediri yang telah mendidik dan memberikan ilmu yang bermanfaat
7. Ibu Hj Suminarwati selaku owner Home Joglo Suminar Batik yang telah memberikan izin penelitian untuk keperluan penyusunan skripsi.
8. Teruntuk keluarga tercinta ,terutama kedua orang tua saya yang selalu memberikan dukungan dan motivasi serta segala doa yang terpanjatkan
9. Teman-teman seperjuangan yang telah banyak bantuan semangat dan motivasi



10. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu ,yang telah banyak membantu menyelesaikan proposal ini.

Dalam Penulisan dan penyusunan pskripsi ini masih banyak kekurangan,maka diharapkan kritik dan saran-saran yang membangun,dari berbagai pihak sangat diharapkan. Peneliti sangat menyadari dengan sepenuhnya, tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, Skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik.

Kediri, 11 juli 2024

Anjar Puspitasari  
NPM:2012010168

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>B. Identifikasi Masalah .....</b>	<b>6</b>
<b>C. Pembatasan Masalah.....</b>	<b>7</b>
<b>D. Rumusan Masalah .....</b>	<b>7</b>
<b>E. Tujuan Penelitian.....</b>	<b>8</b>
<b>F. Manfaat Penelitian.....</b>	<b>8</b>
<b>BAB II KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS .....</b>	<b>10</b>
<b>A. Kajian Teori .....</b>	<b>10</b>
<b>1. Loyalitas Pelanggan.....</b>	<b>10</b>
<b>2. Brand Image .....</b>	<b>15</b>
<b>3. Kualitas Produk .....</b>	<b>19</b>
<b>4. Harga.....</b>	<b>26</b>
<b>B. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>32</b>
<b>C. Kerangka Berpikir.....</b>	<b>32</b>
<b>D. Kerangka Konseptual.....</b>	<b>36</b>
<b>E. Hipotesis Penelitian.....</b>	<b>37</b>

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
<b>A. Variabel Penelitian.....</b>	<b>39</b>
1. Identifikasi Variabel Penelitian.....	39
2. Definisi Variabel .....	40
<b>B. Pendekatan Dan Teknik Penelitian .....</b>	<b>42</b>
1. Pendekatan Penelitian .....	42
2. Teknik Penelitian .....	42
<b>C. Tempat Dan Waktu Penelitian .....</b>	<b>42</b>
<b>D. Populasi Dan Sampel .....</b>	<b>43</b>
<b>E. Instrumen Penelitian .....</b>	<b>45</b>
1. Pengembangan Instrumen .....	45
2. Validitas Dan Reliabilitas Instrumen.....	47
<b>F. Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data.....</b>	<b>51</b>
1. Sumber Data.....	51
2. Teknik Pengumpulan Data .....	52
<b>G. Teknik Analisis Data.....</b>	<b>53</b>
1. Analisis Deskriptif.....	53
2. Analisis Kuantitatif.....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>59</b>
<b>A. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....</b>	<b>59</b>
<b>B. Deskripsi Data Variabel.....</b>	<b>64</b>
<b>C. Analisis Data .....</b>	<b>72</b>
<b>D. Pembahasan .....</b>	<b>83</b>
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>88</b>
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>88</b>
<b>B. Saran.....</b>	<b>88</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>90</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>93</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	34
Tabel 3.1 Definisi operasional variabel .....	44
Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen .....	51
Tabel 3.3 Skor Skala Likert.....	56
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	63
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	62
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Instrumen .....	65
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	69
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas .....	70
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	71
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinesitas.....	73
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	76
Tabel 4.10 Hasil Uji T .....	79
Tabel 4.11 Hasil Uji F .....	82
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	76
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	76

## DAFTAR GAMBAR

<b>2.1 : Kerangka Konseptual.....</b>	<b>37</b>
<b>4.1 : Galeri Home Industri Joglo Suminar Batik .....</b>	<b>60</b>
<b>4.2 : Struktur Organisasi Perusahaan.....</b>	<b>61</b>
<b>4.3 : Hasil Uji Normalitas .....</b>	<b>73</b>
<b>4.4 : Hasil Uji Heteroskedastisitas .....</b>	<b>76</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>1: Surat Izin Penelitian dan Balasan Penelitian .....</b>	<b>93</b>
<b>2: Pengajuan Judul Skripsi .....</b>	<b>95</b>
<b>3: Kuesioner Penelitian.....</b>	<b>96</b>
<b>4: Tabulasi Responden.....</b>	<b>101</b>
<b>5: Hasil Olah Data.....</b>	<b>109</b>
<b>7: Berita Acara Bimbingan .....</b>	<b>119</b>

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perilaku konsumen merupakan sebuah studi mengenai bagaimana individu, kelompok, dan organisasi dalam menentukan suatu pembelian pada barang, jasa, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan, dan keinginan mereka hingga terpenuhi. Perusahaan perlu memperhatikan perubahan perilaku konsumen agar dapat beradaptasi dan memperbaiki strategi perusahaannya, karena kembali lagi dari tujuan inti perilaku konsumen yaitu untuk mengenal, dan memahami sifat konsumen sehingga produk yang ditawarkan dapat terjual dan seluruh konsumen dapat loyal terhadap produk yang disediakan (Prihatini & Pinem, 2022).

Semakin meningkatnya persaingan menuntut perusahaan harus mempertahankan loyalitas pelanggan. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan laba dan mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaan. Loyalitas pelanggan merupakan orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang (Griffin, 2016). Pelanggan yang loyal kepada keputusan pembeliannya tidak lagi mempertimbangkan faktor-faktor yang berpengaruh dalam penentuan pilihan seperti tingkat harga, jarak, kualitas, dan atribut lainnya, karena telah tertanam dalam dirinya bahwa produk atau jasa yang dibeli sesuai dengan harapan dan mampu memenuhi kebutuhan.

*Brand image* memiliki peran yang sangat penting bagi suatu perusahaan untuk membedakan suatu produk atau jasa dengan perusahaan lain. Produk yang sudah memiliki *brand image* yang kuat akan sulit untuk ditiru karena sudah melekat dibenak konsumen. Berbeda dengan produk yang mudah ditiru karena persepsi konsumen terhadap nilai merek tertentu tidak akan mudah diciptakan. *Brand image* yang kuat akan membuat konsumen memiliki persepsi untuk mendapatkan nilai tambah dari suatu produk yang tidak akan didapatkan dari produk lain. Tanpa citra yang kuat dan positif, sangat sulit bagi perusahaan untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada agar tetap loyal (Santoso & Hartini, 2022).

*Brand Image* yang kuat mampu menciptakan persepsi positif di benak konsumen, sehingga mereka lebih percaya dan tertarik untuk terus menggunakan produk dari Joglo Suminar Batik. *Brand image* dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nurvita, 2019) yang menyatakan bahwa *brand image* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan (Luqiana, 2021) yang menyatakan bahwa *brand image* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan adanya *gap research* mengenai pengaruh *brand image* terhadap loyalitas pelanggan.

Kualitas produk menjadi salah satu faktor penting bagi perusahaan yang dapat memberikan kepuasan bagi pelanggannya sehingga dapat



menciptakan loyalitas pelanggan. Menurut (P. Kotler & Armstrong, 2016) kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, keandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keteloran. Kualitas dari produk merupakan salah satu daya tarik penawaran pasar yang dipandang penting dalam melakukan pembelian dan merupakan faktor penentu dari kepuasan konsumen, jika konsumen merasa puas dengan kualitas dari produk itu sendiri maka konsumen akan membeli kembali produk tersebut.

Kualitas produk dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Luqiana, 2021) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan serta (Rahayu & Hariyanto, 2020) menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan adanya *gap research* mengenai pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.

Selain *brand image* dan kualitas produk, harga juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Menurut (P. Kotler & Armstrong, 2016) harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lainnya menghasilkan biaya. Ketika konsumen memilih diantara merek yang ada, konsumen akan mengevaluasi harga, namun konsumen akan membandingkan beberapa standar harga sebagai acuan untuk melakukan transaksi. Jika harga yang ditawarkan sesuai dengan produk yang ditawarkan maka hal ini dapat

menjadi pertimbangan bagi konsumen. Namun harga juga bisa menjadi indikator kualitas dimana sebuah produk dengan kualitas yang tinggi akan berani dipatok dengan harga yang tinggi pula. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang pada gilirannya dapat memberikan kepuasan konsumen dan berdampak pada loyalitas merek (Andharesti & Nirawati, 2023).

Harga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneltian (Saridewi & Nugroho, 2022) serta (Salman & Qahfi, 2020) menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen. Namun berbeda dengan penelitian (Maulana, 2019) yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Hal ini menunjukkan adanya *gap research* mengenai pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan.

UMKM di Indonesia mulai mendapatkan perhatian dari pemerintah seperti mulai banyaknya kebijakan yang diperuntukkan bagi UMKM untuk mempercepat proses pemulihan ekonomi dan untuk dapat mengembangkan kreativitasnya. Salah satu upaya yang dilakukan pemerintah yakni memperbanyak pelaku usaha baru di bidang UMKM, yang dibuktikan dengan masyarakat di desa terpencil diberi keterampilan dengan harapan keterampilan tersebut dapat menjadi sebuah usaha kreatif yang memberikan manfaat maupun keuntungan bagi perekonomiannya. Kendati demikian, usaha bantuan dari pemerintah tersebut masih memiliki

tantangan lain, diantaranya yakni pesatnya persaingan bisnis industri yang akhir-akhir ini banyak bermunculan di berbagai sektor. Hal tersebut memicu persaingan ketat bagi pelaku UMKM untuk lebih sigap dalam beradaptasi dan terus menciptakan kreativitas di tengah gempuran kemajuan industri. Sehingga dalam kemajuan industri yang terus berkembang pesat, suatu perusahaan diharuskan untuk menerapkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien.

Penggunaan strategi pemasaran mempunyai peranan krusial guna mencapai tujuan bisnis sehingga dapat meningkatkan penjualan produk yang secara tidak langsung dapat meningkatkan keuntungan bagi perusahaan. Oleh karena itu, setiap pelaku UMKM harus mampu mengatasi bagaimana cara mengalahkan para pesaingnya dan mencapai kepuasan konsumen yaitu dengan melakukan strategi pemasaran yang tepat guna mempertahankan kelangsungan usahanya secara jangka panjang. Sehingga setiap pelaku UMKM diharapkan memiliki *problem solving* dalam menciptakan kepuasan konsumen. Salah satunya yakni dengan menetapkan harga produk yang dapat bersaing dengan kompetitor lainnya serta berinovasi menciptakan produk yang berkualitas untuk menarik daya beli masyarakat terhadap produk dalam negeri (Sunardi, 2020). Dengan melakukan inovasi produk merupakan salah satu cara seorang pelaku usaha agar konsumen tidak mudah bosan dengan produk yang dijual dan agar produk tersebut dapat bertahan dan bersaing di

pasaran. Keadaan ini tidak terkecuali juga dihadapi UMKM yang bergerak dalam industri batik.

*Home industry* Joglo Suminar Batik juga mengalami persaingan yang sangat ketat, dikarenakan banyaknya usaha home industry di Kabupaten Kediri yang menghasilkan produk sejenis. *Home Industry* Joglo Suminar Batik Khas Kediri menghadapi persaingan yang sangat ketat di Kabupaten Kediri. Banyak usaha *home industry* lain yang juga memproduksi batik dengan produk sejenis. Persaingan ini membuat setiap usaha harus berusaha keras untuk menonjol dan menarik perhatian pelanggan. Untuk tetap bersaing di pasar yang penuh kompetisi, Joglo Suminar Batik berfokus pada inovasi. Ini berarti mereka tidak hanya bergantung pada produk yang ada. Joglo Suminar Batik menyadari bahwa pelanggan membeli lebih dari sekadar produk fisik; mereka membeli nilai dan pengalaman. Oleh karena itu, penting untuk memahami dan memenuhi ekspektasi konsumen.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada *Home Industry* Joglo Suminar Batik”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Persaingan yang sangat ketat, dikarenakan banyaknya usaha *home industry* batik di Kabupaten Kediri yang menghasilkan produk sejenis.
2. Banyaknya usaha *home industry* batik di Kabupaten Kediri yang memiliki *brand image* yang positif.
3. Banyaknya pengembangan ragam motif Batik di Kabupaten Kediri sehingga Joglo Suminar Batik dituntut untuk meningkatkan kualitas produk dalam hal desain motif.
4. Terdapat kesenjangan dari hasil penelitian atau *research gap* yang telah dilakukan sebelumnya.

### **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang terjadi maka, penelitian ini hanya memfokuskan pada permasalahan mengenai variabel *brand image*, kualitas produk, dan harga serta pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan pada *home industry* Joglo Suminar Batik.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas dapat ditarik rumusan masalah seperti di bawah ini:

1. Apakah *brand image* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada *home industry* Joglo Suminar Batik?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada *home industry* Joglo Suminar Batik?

3. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada *home industry* Joglo Suminar Batik?
4. Apakah *brand image*, kualitas produk, dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada *home industry* Joglo Suminar Batik?

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

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap loyalitas pelanggan pada *home industry* Joglo Suminar Batik.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada *home industry* Joglo Suminar Batik.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada *home industry* Joglo Suminar Batik.
4. Untuk mengetahui pengaruh *brand image*, kualitas produk, dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada *home industry* Joglo Suminar Batik.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

##### 1) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengembangan ilmu dan pengembangan manajemen pemasaran khususnya dalam hal yang

berkaitan dengan *brand image*, kualitas produk, dan harga terhadap loyalitas pelanggan.

## 2) Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pelaku usaha sebagai pertimbangan dalam menentukan strategi-strategi pemasaran khususnya yang berkaitan dengan membangun *brand image* yang positif, membuat produk yang berkualitas tinggi serta menggunakan strategi penetapan harga yang efektif agar dapat mempertahankan loyalitas pelanggan dalam upaya untuk meningkatkan tingkat penjualan bisnis tersebut

## DAFTAR PUSTAKA

- A, A., & Nirawati, L. (2023). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Sereal Sarapan Pagi Energen. Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 8(1), 170–179.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV Alfabeta.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- D, S., & R, N. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(6).
- Daryanto. (2013). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran (2nd ed.)*. PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. In *Deepublish*. Deepublish.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, R. W. (2016). *Management (7th ed.)*. Erlangga.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Hasan, A. (2016). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Kotler, P. & K. L. K. (2012). *Marketing Management (Edisi 14)*. Prentice Hall.



- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 13). Erlangga.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education Limited.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Luqiana, A. N. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pembelian Susu Ultra*. UPN Veteran Jawa Timur.
- Marwanto, A. (2015). *Marketing Sukses* (1st ed.). Kobis.
- Masruroh, R., Apriani, I. F., & Sopiyan, P. (2023). *Peran Manajemen Talenta Dan Manajemen Pengetahuan Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai*. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 6(2), 134–145. <https://doi.org/10.25134/ijsm.v6i2.8580>
- Maulana, B. R. (2019). *Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, harga terhadap loyalitas konsumen CV. Usaha bersama grafika melalui kepuasan konsumen*.
- Nurvita, A. R. (2019). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Yang Dimediasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Giyomi Clothing Store*.
- Prihatini, S., & Pinem, R. J. (2022). *Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen pada Layanan Video Streaming Digital Vuu*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 532–

539.

Rahayu, N., & Hariyanto, J. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Smartphone Oppo (Studi Kasus Di Wilayah Kecamatan Matraman)*.

Salman, F., & Qahfi, R. S. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*.

Santoso, A., & Hartini. (2022). *Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Kepuasan Pembeli Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.

Sanusi, A. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.

Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*. Andi Offset.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sunardi, N. (2020). Determinants of Debt Policy and Company's Performance,. *International Journal of Economics and Business Administration*, 8(4), 204–213.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Andi Offset.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi Offset.

Yamit, Z. (2013). *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Ekonisia.