

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN LOKASI
USAHA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KEDAI
BAKSO DAN MIE AYAM BOYOLALI DI BEKASI UTARA
PADA MASA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

Oleh:

Silva Saputri

201710325266



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Usaha Terhadap Loyalitas Pelanggan Kedai Bakso Dan Mie Ayam Boyolali Di Bekasi Utara Pada Masa Pandemi Covid-19

Nama Mahasiswa : Silva Saputri

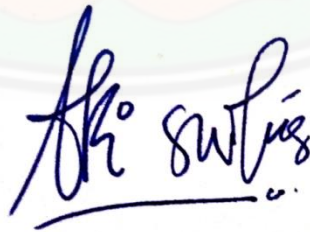
Nomor Pokok mahasiswa : 201710325266

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 06 Juli 2021

Jakarta, 16 Juli 2021

MENYETUJUI,



Ari Sulistyowati, S.E., M.M

NIDN: 0331078303

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Usaha Terhadap Loyalitas Pelanggan Kedai Bakso Dan Mie Ayam Boyolali Di Bekasi Utara Pada Masa Pandemi Covid-19

Nama Mahasiswa : Silva Saputri

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325266

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 06 Juli 2021

Jakarta, 16 Juli 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP
NIDN : 0318107101



Anggota Penguji 1 : Ari Sulistyowati, S.E., M.M
NIDN : 0331078303



Anggota Penguji II : Haryudi Anas, S.E., M.S.M
NIDN : 0317117801



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen



Dr. Hadita, S.Pd., M.M
NIDN : 0329048302

Dekan

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP
NIDN : 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi saya dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Usaha Terhadap Loyalitas Pelanggan Kedai Bakso Dan Mie Ayam Boyolali Di Bekasi Utara Pada Masa Pandemi Covid-19” merupakan hasil pekerjaan saya sendiri dan seluruh ide, pendapat, atau materi didapat dari sumber lain yang telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Apabila dikemudian hari ditemukan ada kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikan melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 16 Juli 2021
Yang membuat pernyataan,



Silva Saputri
201710325266

ABSTRAK

Silva Saputri. 201710325266. Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Usaha Terhadap Loyalitas Pelanggan Kedai Bakso Dan Mie Ayam Boyolali Di Bekasi Utara Pada Masa Pandemi Covid-19.

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan dan parsial dari variabel bebas yaitu Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Usaha Terhadap Loyalitas Pelanggan Kedai Bakso Dan Mie Ayam Boyolali di Bekasi Utara Pada Masa Pandemi Covid-19. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam uji parsial (t) variabel Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan nilai sig $0,000 < 0,05$ dan t-hitung sebesar sebesar $7,657 > t\text{-tabel } 1,66008$. Variabel Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan nilai sig $0,000 < 0,05$ dan t-hitung sebesar $6,768 > t\text{-tabel } 1,66008$. Variabel Lokasi Usaha berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan nilai sig $0,000 < 0,05$ dan t-hitung sebesar $65,786 > t\text{-tabel } 1,66008$. Uji determinasi (R^2) menunjukkan hasil bahwa kolerasi antara tiga variabel Harga (X1), Kualitas Produk (X2) dan Lokasi Usaha (X3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar 82,1%. Kesimpulan dapat dilihat dalam uji simultan (f) dimana variabel Harga, Kualitas Produk dan Lokaksi Usaha bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu Loyalitas Pelanggan dengan nilai sig $0,000 < 0,05$ dan f-hitung sebesar $154,533 > 2,69$ f-tabel.

Kata Kunci : *Harga, Kualitas Produk. Lokasi Usaha Dan Loyalitas Pelanggan*

ABSTRACT

Silva Saputri. 201710325266. The Influence of Price, Product Quality and Business Location on Customer Loyalty of Kedai Bakso Dan Mie Ayam Boyolali in North Bekasi During the Covid-19 Pandemic Period.

This research aims to determine simultaneously and partially effect the independent variables, namely Price, Product Quality and Business Location on Customer Loyalty of Kedai Bakso Dan Mie Ayam Boyolali in North Bekasi During the Covid-19 Pandemic. The method used in this study is a quantitative method.

Based on the results of the study, it shows that in the partial test (t) the price variable has a significant effect on customer loyalty with a sig value of 0.000 <0.05 and a t-count of 7.657 > t-table 1.66008. Product Quality variable has a significant effect on Customer Loyalty with a sig value of 0.000 <0.05 and a t-count of 6.768 > t-table 1.66008. Business Location variable has a significant effect on Customer Loyalty with a sig value of 0.000 <0.05 and a t-count of 65.786 > t-table 1.66008. Then for the test of determination (R²), it is found that the correlation between the three variables Price (X1), Product Quality (X2) and Business Location (X3) on Customer Loyalty (Y) is 82.1%. The conclusion can be seen in the simultaneous test (f) where the variables Price, Product Quality and Business Location together affect the dependent variable, namely Customer Loyalty with a sig value of 0.000 <0.05 and an f-count of 154.533 > 2.69 f-table.

Keywords: Price, Product Quality. Business Location And Customer Loyalty

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas berkah, rahamat dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Usaha Terhadap Loyalitas Pelanggan Kedai Bakso Dan Mie Ayam Boyolali Di Bekasi Utara Pada Masa Pandemi Covid-19”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya penulis dapat melaluinya berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang memberikan rahmat-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi ini.
2. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr.Drs, H. Bambang Karsono, S.H, M.M., selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Dr. Hadita, S.Pd., M.M., selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen.
5. Ibu Ari Sulistyowati, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan pedoman skripsi baik materi maupun non materi yang jelas dan terarah sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
6. Bapak Supriyanto, SE., M.M., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah meluangkan waktu untuk memberikan semangat, motivasi dan arahan selama penyusunan skripsi.
7. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan seluruh sivitas / Staf Akademika yang tidak mungkin saya sebutkan satu persatu yang telah berperan penting terhadap proses pembelajaran saya.

8. Ibu Jumariah selaku Pemilik Usaha Kecil Menengah yang telah membantu penulis memberikan informasi dan data yang penulis gunakan sebagai bahan untuk penulisan skripsi ini.
9. Kedua Orang Tua saya tercinta, Ayah Tugiyono dan Ibu Jumariah yang selalu mendoakan dan memberikan semangat serta dukungan selama proses pembuatan skripsi.
10. Atika Wulandari selaku kakak dari penulis yang telah mendukung dan menyemangati penulis.
11. Kotrunnada, Mila Dwi L, Puja Widira P, Nurhanifah, Shilkha Fitriyana, Fahra Nur Syahbani, dan Vira Agustina selaku sahabat saya yang bersedia membantu dalam proses mengerjakan dan memberikan motivasi kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang manajemen sumber daya manusia.

Jakarta, 16 Juli 2021
Penulis

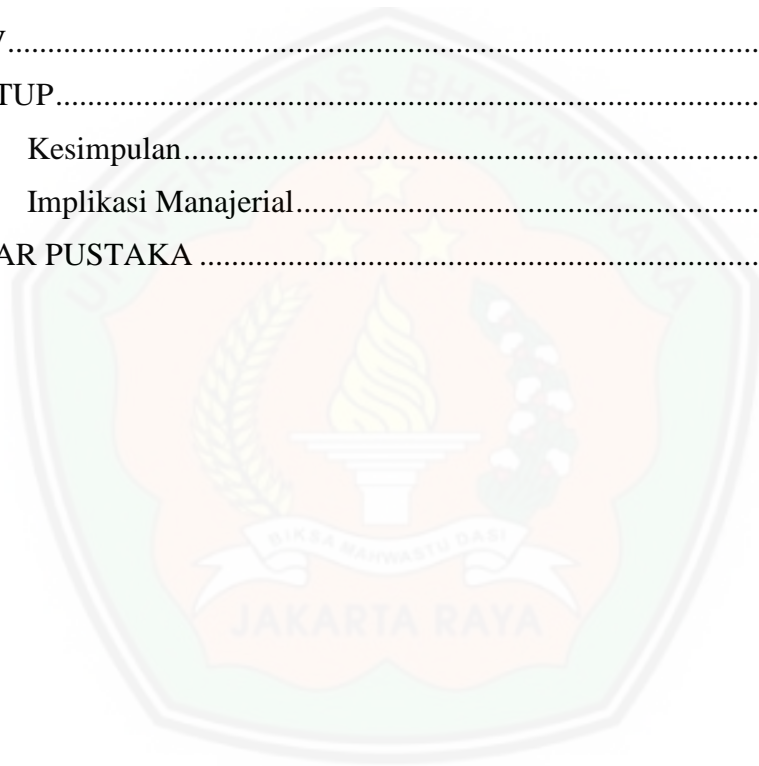
Silva saputri
20171035266

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan.....	5
1.4. M.anfaat Penelitian.....	6
1.5. Batasan Masalah.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Harga	8
2.1.1. Pengertian Harga.....	8
2.1.2. Peranan Harga	8
2.1.3. Faktor yang mempengaruhi harga.....	9
2.1.4. Indikator Harga	10
2.2. Kualitas Produk	10
2.2.1. Pengertian Kualitas Produk.....	10
2.2.2. Tingkatan Kualitas Produk.....	11
2.2.3. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	12
2.2.4. Indikator Kualitas Produk	13
2.3. Lokasi	13
2.3.1. Pengertian Lokasi.....	13
2.2.2. Faktor Penentuan dan Pemilihan Lokasi.....	14
2.2.3. Faktor Yang Mempengaruhi Lokasi	14

2.3.4.	Indikator Lokasi	15
2.4.	Loyalitas Pelanggan	15
2.4.1.	Pengertian Loyalitas Pelanggan	15
2.4.2.	Jenis-jenis Loyalitas Konsumen.....	16
2.4.3.	Indikator Loyalitas Konsumen.....	17
2.4.4.	Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	18
2.5.	PenelitianTerdahulu.....	18
2.6.	Kerangka Berfikir.....	21
2.7.	Hipotesis.....	21
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	24
3.1.	Objek Penelitian	24
3.2.	Desain Penelitian	24
3.3.	Tahapan Penelitian	24
3.4.	Model Konseptual Penelitian	25
3.5.	Operasional Variabel	26
3.6.	Waktu Dan Tempat Penelitian	27
3.7.	Metode Pengambilan Sampel.....	28
3.7.1.	Populasi.....	28
3.7.2.	Sampel.....	28
3.8.	Teknik Pengambilan Data	29
3.9.	Metode Analisis Data	29
3.9.1.	Uji Validitas	30
3.9.2.	Uji Reliabilitas	30
3.9.2.	Uji Asumsi Klasik.....	30
3.9.3.	Analisis Regresi Berganda.....	31
3.9.4.	Uji Hipotesis	32
BAB IV	34
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	34
4.1.	Profil Usaha.....	34
4.2.	Hasil Penelitian.....	34
4.2.1.	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner.....	34
4.3.	Uji Kualitas Data	39
4.3.1.	Uji Validitas	39
4.3.2.	Uji Reliabilitas	41

4.4.	Uji Asumsi Klasik	42
4.4.1.	Uji Normalitas	42
4.4.2.	Uji Multikolinieritas	44
4.4.3.	Uji Heteroskedastisitas	44
4.5.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
4.6.	Uji Hipotesis.....	46
4.6.1.	Uji T	46
4.6.2.	Uji F	47
4.6.3.	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	48
4.7.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	49
BAB V.....		53
PENUTUP.....		53
5.1	Kesimpulan.....	53
5.2	Implikasi Manajerial.....	53
DAFTAR PUSTAKA		55

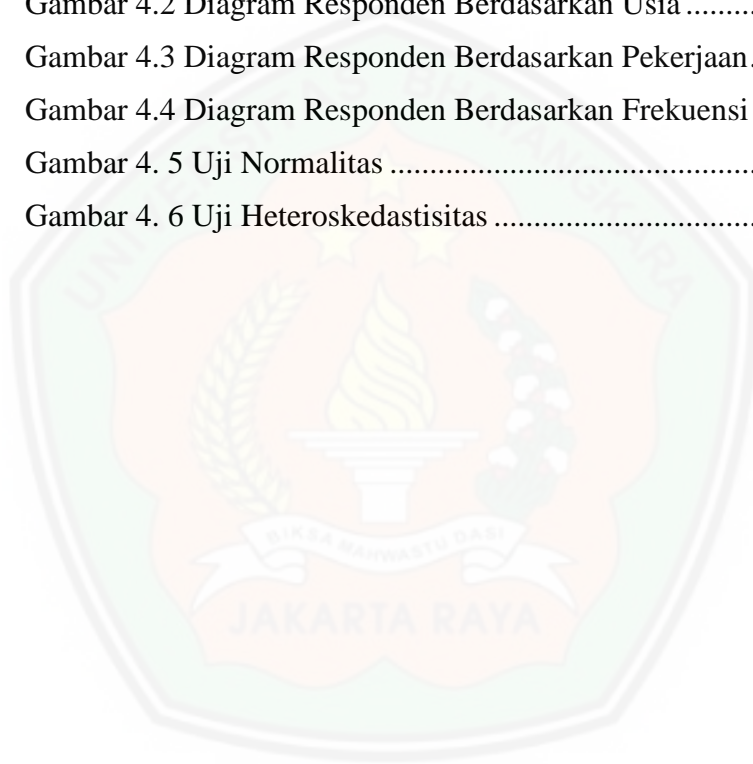


DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1 Operasional variabel.....	26
Tabel 3. 2 Skala Likert	29
Tabel 4. 1 Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner	35
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	36
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	37
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	38
Tabel 4. 6 Uji Validitas Harga (X1).....	40
Tabel 4. 7 Uji Validitas Kualitas Produk (X2).....	40
Tabel 4. 8 Uji Validitas Lokasi Usaha (X3).....	41
Tabel 4. 9 Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y)	41
Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas	42
Tabel 4. 11 Uji Normalitas	42
Tabel 4. 12 Uji Multikolinieritas.....	44
Tabel 4. 13 Analisis Regresi Linier Berganda	45
Tabel 4. 14 Hasil Uji T.....	47
Tabel 4. 15 Hasil Uji F	48
Tabel 4. 16 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Lokasi Usaha.....	4
Gambar 1.2 Lokasi Usaha	4
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	21
Gambar 3.1 Model Konseptual Penelitian.....	25
Gambar 3.2 Lokasi Penelitian	27
Gambar 4. 1 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Gambar 4.2 Diagram Responden Berdasarkan Usia	37
Gambar 4.3 Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	38
Gambar 4.4 Diagram Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian....	39
Gambar 4. 5 Uji Normalitas	43
Gambar 4. 6 Uji Heteroskedastisitas	44



DAFTAR LAMPIRAN

1. Uji Plagiarisme
2. Plagiarism Turnitin
3. Uji Referensi
4. Daftar Riwayat Hidup
5. Kuesioner Penelitian
6. Data Responden
7. Daftar Pernyataan
8. Data Tabulasi
9. Data Hasil SPSS
10. Tabel r, t dan f

