

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PABRIK
TAHU MADANI
DI KELURAHAN TABALU KECAMATAN POSO PESISIR**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Sintuwu Maroso

Oleh :

CHINDY MARSELIA

91711404122018

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SINTUWU MAROSO
POSO 2023**

Chindy Marselia Nomor Pokok Mahasiswa 91711404122018 dengan judul skripsi **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pabrik Tahu Madani di Kelurahan Tabalu Kecamatan Poso Pesisir**, di bawah bimbingan Lefrand Mango, sebagai Pembimbing I dan Irma Mbae sebagai Pembimbing II.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga pada Pabrik Tahu Madani di Desa Tabalu Kecamatan Poso Pesisir. Data primer dan sekunder digunakan. Wawancara, dokumentasi, dan kuesioner adalah semua jenis metode pengumpulan data. 60 peserta dijadikan sampel dan berperan sebagai responden. Regresi linier berganda adalah jenis analisis data yang digunakan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh gabungan variabel kualitas produk, harga, dan loyalitas pelanggan yang dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 9,872 dan F signifikan sebesar 0,000. Telah dibuktikan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk dan harga secara bersamaan atau bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan karena kemungkinannya adalah 0,05, dimana H_{a1} diterima dan H_{o1} ditolak. Hasil uji t diperoleh t hitung sebesar 2,344 dengan tingkat signifikansi 0,000. Diketahui ada hubungan antara kualitas produk dengan loyalitas pelanggan karena jika probabilitasnya kurang dari 0,05 maka H_{a2} diterima dan H_{o2} ditolak. Hasil uji t diperoleh t hitung sebesar -3,918 dengan tingkat signifikansi 0,000. Telah dibuktikan adanya hubungan antara harga dengan loyalitas pelanggan karena jika probabilitasnya 0,05 maka H_{a3} diterima dan H_{o3} ditolak.

Kata Kunci : *Kualitas Produk, Harga, dan, Loyalitas Pelanggan*

DAFTAR ISI

HALAMAN		
HALAMAN JUDUL	i	
HALAMAN PERSETUJUAN	ii	
HALAMAN PENGESAHAN	iii	
ABSTRAK	iv	
KATA PENGANTAR	v	
DAFTAR ISI	vii	
DAFTAR TABEL	ix	
DAFTAR GAMBAR	x	
BAB I	PENDAHULUAN	
1.1.	Latar Belakang Masalah	1
1.2.	Rumusan Masalah	4
1.3.	Tujuan Penelitian	4
1.4.	Manfaat Penelitian	5
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1.	Tinjauan Pustaka	6
2.1.1.	Pengertian Bauran Pemasaran	6
2.1.2.	Kualitas Produk	11
2.1.3.	Harga	16
2.1.4.	Loyalitas Pelanggan	21
2.1.5.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas	25
2.2.	Kerangka Pemikiran.....	27
2.3.	Hipotesis	27
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
3.1.	Tempat Dan Waktu Penelitian	29
3.2.	Metode Penelitian	29
3.3.	Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	30
3.4.	Populasi dan Sampel	31

	3.5. Teknik Analisis Data	33
	3.6. Definisi Operasional	36
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	4.1. Hasil Penelitian	38
	4.1.1. Gambaran Umum Pabrik Tahu Mandiri.	38
	4.1.2. Struktur Organisasi.	38
	4.1.3. Tugas dan Fungsi.	39
	4.1.4. Karakteristik Responden.	40
	4.1.5. Hasil Pengolahan Data.	43
	4.2. Pembahasan	46
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	5.1. Kesimpulan	50
	5.2. Saran	51
	DAFTAR PUSTAKA	52
	LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perusahaan yang secara eksklusif berfokus pada menghasilkan keuntungan dapat meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawannya serta mengembangkan perusahaan. Alat kunci positioning dalam pemasaran adalah mutu atau kualitas produk. Kapasitas suatu produk untuk menjalankan fungsi yang dimaksudkan, termasuk umur panjang, keandalan, keakuratan, kegunaan, kemudahan perbaikan, dan karakteristik penting lainnya, disebut sebagai kualitas produk.

barang sering kali dapat diklasifikasikan menjadi dua kategori: barang konsumsi dan produk industri. Produk apa pun yang digunakan oleh pelanggan adalah produk konsumen. Dalam hal ini, produk tersebut akan diubah menjadi produk lain atau dijual kembali dengan tujuan menghasilkan keuntungan. Penetapan harga suatu produk bervariasi tergantung pada jumlah kualitas yang ditawarkan suatu bisnis (Suliyanto, 2010).

Seseorang atau suatu bisnis akan melepaskan aset atau jasa yang dimilikinya kepada pihak lain dengan imbalan suatu harga, yang didefinisikan sebagai nilai suatu barang atau jasa yang dinyatakan dalam sejumlah uang tertentu. Menurut Nitisemito (2014), penetapan harga merupakan permainan strategis dalam pemasaran. Pasar tidak akan mampu membeli produk atau jasa yang dimaksud jika perusahaan menetapkan harga yang terlalu tinggi. Di sisi lain, jika harga terlalu rendah, bisnis mungkin kesulitan mendapatkan

keuntungan atau beberapa pelanggan mungkin percaya bahwa produk yang diiklankan berkualitas buruk. Klien memiliki dampak langsung terhadap kualitas dan harga produk. Konsumen tidak akan dapat memanfaatkan suatu produk jika harga dan kualitas yang ditawarkan tidak sesuai dengan yang diinginkannya.

Secara umum, pelanggan menjadi bernilai lebih jika mereka bertahan lebih lama dalam suatu bisnis. Lebih banyak pembelian dilakukan oleh konsumen yang kembali, yang juga sering mereferensikan klien baru. Selain itu, pengeluaran berkelanjutan (seperti biaya pemasaran untuk menarik klien baru) tidak diperlukan. Tingkat kepuasan pelanggan dan rekomendasi dari mulut ke mulut berhubungan dengan loyalitas pelanggan berdasarkan pengalaman sebelumnya yang dinilai berdasarkan faktor. Kedua variabel ini menunjukkan tingkat hubungan yang signifikan dan stabil.

Pabrik tahu merupakan perusahaan dengan pendapatan besar dan setiap orang membutuhkan tahu setiap hari. Pelanggan kini mempunyai lebih banyak pilihan karena maraknya produsen tahu. Pemilik industri tahu harus memberikan pelayanan yang berkualitas, produk bermutu tinggi, dan harga yang kompetitif agar dapat bersaing dengan pabrik tahu lainnya karena meningkatkan tenaga. Pelanggan atau konsumen yang memilih industri tahu sebagai pilihannya memperhatikan baik kualitas tahu maupun kualitas pelayanannya. Sebuah pabrik atau bisnis harus mengutamakan daya tarik dan mempertahankan konsumen.

Pabrik Tahu Madani tepatnya di Desa Tabalu Kecamatan Poso Pesisir merupakan salah satu produsen tahu yang ada di Kabupaten Poso. Didirikan pada tahun 2003 dengan modal awal Rp. 150.000.000; Pak Bibit Sudin adalah pemilik pabrik tahu yang mampu memproduksi hingga 150 kg tahu setiap harinya. Pabrik tahu Madani banyak memusatkan perhatian pada berbagai aspek, seperti kualitas produk dan biaya, agar mampu bersaing.

Peneliti penasaran mengapa banyak orang membeli tahu dari pabrik tahu Madani. Mereka ingin mengetahui apakah hal ini disebabkan karena konsumen benar-benar tertarik dengan tahu yang diproduksi atau hanya karena rendahnya harga yang diberikan.

Menurut penelitian Sadi (2009), kualitas pelayanan dan kualitas produk bekerja sama untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Meskipun kualitas layanan secara statistik tidak ada hubungannya dengan loyalitas pelanggan, kualitas produk berpengaruh signifikan dengan tingkat kepercayaan 99%. Temuan uji bersama (uji F) faktor produk dan harga yang mempengaruhi loyalitas pelanggan diperoleh (Riski Nurhayati, 2011). Variabel independen (kualitas dan harga) dapat dibuktikan mempunyai dampak terhadap loyalitas pelanggan, setidaknya sebagian (uji t). Seluruh faktor independen (harga, kualitas produk, dan kualitas layanan) yang diteliti mempunyai pengaruh yang baik dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, menurut (Albertus Ferry Rostya Adi, 2012).

Berdasarkan informasi latar belakang yang diberikan untuk masalah tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul

“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pabrik Tahu Madani di Kelurahan Tabalu Kecamatan Poso Pesisir”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk dan harga secara simultan berengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pabrik tahu Madani di Kelurahan Tabalu Kecamatan Poso Pesisir?
2. Apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pabrik tahu Madani di Kelurahan Tabalu Kecamatan Poso Pesisir.
3. Apakah harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pabrik tahu Madani di Kelurahan Tabalu Kecamatan Poso Pesisir.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka yang menjadi tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada pabrik tahu Madani di Kelurahan Tabalu Kecamatan Poso Pesisir.

2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada pabrik tahu Madani di Kelurahan Tabalu Kecamatan Poso Pesisir.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada pabrik tahu Madani di Kelurahan Tabalu Kecamatan Poso Pesisir.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagi Manajemen Pabrik Tahu Madani untuk dijadikan pedoman dan masukan tentang kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan.
2. Sebagai bahan bacaan bagi siapa saja yang membutuhkan informasi lebih lanjut tentang kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan.
3. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sintuwu Maroso.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, S. 2016. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Kingabi*. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen, 5(1).
- Akroush, Al-Debei, M.M., Mamoun N., dan Ashouri, Mohamed Ibrahiem. 2015. *Consumer Attitudes Towards Online Shopping: The Effects of Trust, Perceived Benefits, and Perceived Web Quality*. Internet Research, Vol. 25 Iss 5 pp. 707 - 733.
- Albertus Ferry Rostya Adi, 2012 “*Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Lampersari Semarang)*”.pdf. <http://eprints.undip.ac.id/35758/1/ADI.pdf> (diakses 20 mei 2016)
- Ali Maksum. 2012. *Metodologi Penelitian dalam Olahraga*. Unesa University Press, Surabaya.
- Alma H. Buchari, 2019. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta, Bandung.
- Arumsari, Dheany,. 2012. *Analisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) Merek Aqua (Studi pada Konsumen Toko Bhakti Mart KPRI Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah)*. Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro : Semarang
- Bilika, F., Safari, M., Mansori, S., 2016. *Service Quality and Customer Satisfaction in Mozambique Banking System*. *Journal of Marketing Management and Consumer Behavior*. Vol. 1.
- Devy, S. & Sinulingga. 2019. *Influence of Price and Promotion Of The Purchase Decision Motorcycles at Rotella Persada Mandiri*. *Journal of Management Science (JMAS)*. Vol. 1. No. 3: 13-18.
- Durianto. 2011. *Marketing Mix Pemasaran*. Cetakan kedua. CV. Mandar Maju, Bandung.
- Ernawati, D. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung*. *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 7 Nomor 1.

- Hasan, Ali. 2018. *Jurnal Indovisi; Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan harga Terhadap Minat Beli Pakaian. Indonesoan Indovisi Institute*, 1(iii), 83–104. Diambil dari <http://journal.dosenindonesia.org>
- Kotler, P. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Prenhalindo, Jakarta.
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P dan Keller, K.L. 2016. *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Erlangga. Jakarta
- Lesmana, R. dan S, D, Ayu. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pt Paragon Tehnology And Innovation*. *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 2(3): 59-72.
- Marlius, D. 2017. *Keputusan pembelian berdasarkan faktor psikologis dan bauran pemasaran pada PT. Intercom Mobilindo*, *Jurnal pundi*, 1(1), Padang.
- Mullins, John W dan Walker Jr, Orville C. 2013. *Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach*, 8th Edition, McGraw-Hill International Edition
- Nitisemito, S. Alex. 2014. *Manajemen Personalialia*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Oliver, J. 2019. *Buku Manajemen*. Hilon Tensados.
- Olson, Jerry C. dan Peter J. Paul. 2014. *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Edisi Sembilan. Buku 2.penerbit salemba empat.jakarta.
- Poluakan, W.S. , B. Tewal dan H. Tawas. 2017. *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Produk, Promosi, dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Vixion di Amurang*. *Jurnal EMBA*. 5, 2313-2321.
- Riduwan. 2015. *Dasar-Dasar Statistika*. Alfabeta, Bandung

- Risky Nurhayati, 2011 “*Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2009 Pengguna Handphone Merek Nokia)*”.pdf. <http://Repository.upnyk.id/1217/1/skripsi.pdf> (diakses 5 mei 2016) 7Skripsi.
- Sadi, 2009 “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Tahu Bakso Ibu Pudji Ungaran Semarang* .pdf. <http://uprint.undip.ac.id/18599/1/sandi.Pdf> (diakses 15 Mei 2016)
- Selang Cristian, A.D. 2013. *Bauran Pemasaran (marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyaitas Konsumen pada Fresh MartBahu Mall Manado*. dalam Jurnal Emba, Vol 1 No.3 Juni.
- Suparyanto dan Rosad, 2015. *Manajemen Pemasaran*. INMEDIA, Bogor.
- Syaleh, Hariman. 2017. *Pengaruh kualitas Produk, Harga, Promosi dan tempat Pendistribusian Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada CV. Tjahaja Baru Bukit Tinggi*. Journal of Economic, Business and Accounting Vol. 1 No. 1.
- Suliyanto, 2010. *Studi Kelayakan Bisnis*. Penerbit Andi, Yogyakarta
- Susanto, Natalia. 2019. *Pengaruh Motivasi Kerja, Kepuasan Kerja, dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada Divisi Penjualan PT Rembaka*, Jurnal Agora, Vol.7 N0.1.
- Sugiyono. 2019. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA, Bandung.
- Tjiptono. 2019. *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Edisi 1*. Andy, Yogyakarta.
- Tjiptono. Fandy & Diana. Anastasia. 2019. *Kepuasan Pelanggan-Konsep, Pengukuran, dan Strategi*. ANDI. ISBN 978 – 623 – 01 – 0194 – 6, Yogyakarta.
- Tjiptono, F dan Chandra. 2016. *Service, Quality and Satisfaction*. Penerbit Andi, Yogyakarta
- Thamrin, Abdullah & Francis, Tantri. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo Persada, Depok.