



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS
LAYANAN, PERSEPSI HARGA, INOVASI
DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN (HANS CAKE & BAKERY)**

**Diajukan Oleh :
SIGIT DARYANTO
NIM. 2017-11-187**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2022**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI
HARGA, INOVASI DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(HANS CAKE & BAKERY)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2022

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing I

NURUL RIZKA ARUMSARI, SE, MM
NIDN. 0628048702

Dr. Drs. Ag. SUNARNO H, SH, S.Pd, MM
NIDN. 0026065516

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II



Dr. KERTATI SUMEKAR, SE, MM
NIDN. 0616077304

NOOR AZIS, SE, MM
NIDN. 0609107501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

"perbanyak bersyukur, kurangi mengeluh. Buka mata, jembarkan telinga, perluas hati. Sadari kamu ada pada sekarang, bukan kemaren atau besok, nikmati setiap momen dalam hidup, berpetualanglah".

Persembahan:

Tugas akhir ini saya persembahkan untuk orang tua, keluarga, pacar, sahabat, teman dan semua pihak yang telah bertanya : "Kapan Sidang?", "Kapan Wisuda?", "Kapan Nyusul?" dan lain sejenisnya, Kalian adalah alasan saya segera menyelesaikan tugas akhir ini.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat mendapatkan gelar sarjana Strata 1 di Prgram Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan konsentrasi Pemasaran pada Universitas Muria Kudus dengan judul **PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA, INOVASI DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (HANS CAKE & BAKERY)**

Di samping itu bantuan dan dorongan dari berbagai pihak telah memungkinkan selesainya skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada yang terhormat :

1. Dr. Kertati Sumekar, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi UMK.
2. Nurul Rizka Arumsari, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMK yang telah menyetujui penulisan skripsi ini.
3. Dr. Drs. Ag Sunarno H, SH, SPd, MM, selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Noor Azis, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Teman-teman Manajemen SI dan Almamaterku.

6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa di dalam penyelesaian skripsi ini masih terdapat kekurangan yang perlu di sempurnakan, penulis mengharapkan saran dari dosen penguji yang bersifat membangun, guna menyempurnakan penulisan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembacanya terutama dalam perkembangan Ilmu Manajemen, khususnya yang berkaitan dengan bidang studi Pemasaran.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Kudus, 2022

Peneliti,



Sigit Daryanto

NIM. 2017-11-187

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN,
PERSEPSI HARGA, INOVASI DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN (HANS CAKE & BAKERY)**

SIGIT DARYANTO
NIM: 2017-11-187

Pembimbing I. Dr. Drs. AG SUNARNO H, SH, SPd, MM
II. NOOR AZIS, SE, MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

Penelitian ini memiliki tujuan pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, persepsi harga, inovasi dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan (Hans Cake & Bakery). Teknik dan alat yang digunakan di dalam penelitian ini adalah melalui studi kasus yang didukung dengan survei. Jenis dan Sumber data yang dikumpulkan dalam penelitian ini menggunakan data primer, yaitu data yang langsung diperoleh dari pengisian daftar pertanyaan (*questionnaire*). Sampel sebanyak 96 responden. Analisis data yang digunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik dan regresi berganda, uji hipotesis t dan uji F serta koefisien determinasi. Penelitian ini menunjukkan bahwa hasil (1) kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Hans Cake & Bakery; (2) Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Hans Cake & Bakery; (3) Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Hans Cake & Bakery; (4) Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Hans Cake & Bakery; (5) Kualitas produk, kualitas layanan, persepsi harga, inovasi dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Hans Cake & Bakery secara bersama-sama.

Kata Kunci: Kualitas produk, kualitas layanan, persepsi harga, inovasi, lokasi, loyalitas pelanggan.

*INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, QUALITY OF SERVICE,
PERCEPTION OF PRICE, INNOVATION AND LOCATION ON CUSTOMER
LOYALTY (HANS CAKE & BAKERY)*

*SIGIT DARYANTO
NIM: 2017-11-187*

*Advisor I. Dr. Drs. AG SUNARNO H, SH, SPd, MM
II. NOOR AZIS, SE, MM*

*MURIA KUDUS UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT
STUDY PROGRAM*

ABSTRACT

This study aims to influence product quality, service quality, price perception, innovation and location on customer loyalty (Hans Cake & Bakery). The techniques and tools used in this research are case studies supported by surveys. Types and sources of data collected in this study using primary data, namely data directly obtained from filling out a list of questions (questionnaire). The sample is 96 respondents. Analysis of the data used validity and reliability tests, classical assumption test and multiple regression, hypothesis t test and F test as well as the coefficient of determination. This study shows that the results of (1) service quality have a positive and significant effect on customer loyalty at Hans Cake & Bakery; (2) Price perception has a positive and significant effect on customer loyalty at Hans Cake & Bakery; (3) Product innovation has a positive and significant effect on customer loyalty at Hans Cake & Bakery; (4) Location has a positive and significant effect on customer loyalty at Hans Cake & Bakery; (5) Product quality, service quality, price perception, innovation and location have a positive and significant effect on customer loyalty at Hans Cake & Bakery together.

Keywords: Product quality, service quality, price perception, innovation, location, customer loyalty.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO .DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Ruang Lingkup	7
1.3. Perumusan Masalah	7
1.4. Pertanyaan Penelitian.....	8
1.5. Tujuan Penelitian	8
1.6. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Kualitas Produk	10
2.2. Kualitas Layanan	14
2.3. Persepsi Harga	17
2.4. Inovasi Produk	21
2.5. Lokasi	26
2.6. Loyalitas Pelanggan	35
2.7. Tinjauan Penelitian Terdahulu	40
2.8. Pengaruh Antar Variabel	47
2.9. Kerangka Teoritis	50
2.10. Hipotesis	51
BAB III METODE PENELITIAN.....	53
3.1. Rancangan Penelitian	53
3.2. Variabel Penelitian	53

3.3. Jenis dan Sumber Data	57
3.5. Metode Pengumpulan Data	58
3.6. Pengolahan Data	59
3.6.1. Scoring	59
3.6.2. Editing	60
3.6.3. Tabulasi	60
3.6.4. Proses Input ke Komputer	60
3.7. Uji Instrumen Data	61
3.7.1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	61
3.7.2. Uji Asumsi Klasik	62
3.8. Metode Analisis Data	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	68
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	68
4.2. Penyajian Data	73
4.3. Analisis Data	82
4.4. Pembahasan	99
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	104
5.1. Kesimpulan.....	104
5.2. Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN.....	111

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Tahun 2017-2021	5
Tabel 3.1 Tabel Z (penentuan sampel)	58
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	74
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan.....	75
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	76
Tabel 4.5 Frekuensi Variabel Kualitas Produk	77
Tabel 4.6 Frekuensi Variabel Kualitas Layanan.....	78
Tabel 4.7 Frekuensi Variabel Persepsi Harga	79
Tabel 4.8 Frekuensi Variabel Inovasi	80
Tabel 4.9 Frekuensi Variabel Lokasi	81
Tabel 4.10 Frekuensi Variabel Loyalitas Pelanggan	82
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	83
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan	84
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga.....	84
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi	85
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi	85
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan	86
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas	87
Tabel 4.18 Hasil Uji Normalitas	89
Tabel 4.19 Nilai Tolerance dan VIF Statistik	90
Tabel 4.20 Regresi Berganda	92
Tabel 4.21 Hasil Uji t Secara Parsial	94
Tabel 4.23 Hasil Analisis Regresi Secara Simultan	98
Tabel 4.24 Hasil Koefisien Determinasi	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Gambar Kerangka Pikir	51
Gambar 4.1 Strktur Organisasi Hans Cake & Bakery Kudus	70
Gambar 4.2 Grafik Normal Probability Plot	88
Gambar 4.3 Scattherplot Uji Heteroskedastisitas	91

