



**PENGARUH VARIASI PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN
LOKASI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING (STUDI PADA KONSUMEN SUPER PENYET
KUDUS)**

Disusun Oleh:

AULIA FANNY FADRIA

NIM. 201911487

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

TAHUN 2024



**PENGARUH VARIASI PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN
LOKASI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING (STUDI PADA KONSUMEN SUPER PENYET
KUDUS)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

AULIA FANNY FADRIA

NIM. 201911487

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

TAHUN 2024

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH VARIASI PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN LOKASI
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA
KONSUMEN SUPER PENYET KUDUS)**

Nama : Aulia Fanny Fadria

NIM : 201911487

Program Studi : Manajemen

Skrripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian

Skrripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Maria Kudus

Kudus,

Pembimbing I

Pembimbing II



(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)
NIDN. 0628048702



(Rozag M. Yasin, S.E., M.E.K)
NIDN. 0610019601

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH VARIASI PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN LOKASI
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA
KONSUMEN SUPER PENYET KUDUS)**

Nama : Aulia Fanny Fadria

NIM : 201911487

Program Studi : Manajemen

Skrripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,

Mengetahui
Ketua Program Studi

Pembimbing I



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701



(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)
NIDN. 0628048702

Mengetahui
Dekan

Pembimbing II



(Dikri Kanti Simekar, S.E., M.M)
NIDN. 0616077304



(Rorag M. Yasin, S.E., M.E.K)
NIDN. 0610019601

MOTO:

“Apapun yang terjadi, pulanglah sebagai seorang sarjana”

(Aulia Fanny Fadria 2024)

PERSEMBAHAN:

Sujud syukurku kusembahkan kepadamu ya Allah, Tuhan Yang Maha Agung dan Maha Tinggi, penulis persembahkan karya kecil ini untuk:

1. Keluarga
2. Teman-teman seangkatan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur tak henti penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia, karena atas izinnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Variasi Produk, Persepsi Harga dan Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Super Penyet Kudus)”**. Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Penulis memahami tanpa bantuan, doa dan bimbingan dari semua orang akan sangat sulit untuk menyelesaikan skripsi ini. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya atas dukungan dan kontribusi kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M selaku dosen pembimbing I dan Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.

5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya Jurusan Manajemen Universitas Muria Kudus yang telah memberikan pengetahuan kepada penulis selama mengikuti kuliah selama ini.
6. Kepada Alm. Bapak Isrofan, selaku orang tua saya yang sudah tiada ketika saya masih menempuh pendidikan di bangku SMA. Banyak masa sulit yang saya lewati tanpa kehadiran sosok bapak, babak belur di hadapkan dengan kenyataan yang terkadang tidak sesuai harapan. Tetapi itu semua tidak mengurangi rasa bangga dan terimakasih saya untuk apa yang telah bapak berikan. Maka, tulisan ini saya persembahkan untuk bapak di surga.
7. Kepada ibu saya, Ibu Henny Mardiana yang selama ini selalu memberikan dukungan serta do'a nya yang tiada putus untuk putrinya secara lahir mau pun batin. Terimakasih Ibu engkau mampu menjadi orang tua tunggal selama ini.
8. Manajer dan karyawan Super Penyet Kudus yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian dan telah banyak membantu dalam rangka penyusunan skripsi ini.

Kudus,
Penulis

Aulia Fanny Fadria
NIM. 201911487

**PENGARUH VARIASI PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN LOKASI
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA
KONSUMEN SUPER PENYET KUDUS)**

Aulia Fanny Fadria

NIM. 201911487

Pembimbing: 1. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M
2. Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh variasi produk, persepsi harga dan lokasi terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada konsumen Super Penyet Kudus. Objek dari penelitian ini adalah konsumen Super Penyet Kudus yang berkunjung lebih dari 2 kali selama 1 bulan dan berusia 20 tahun. Sampel pada penelitian ini sebanyak 130 responden. Menggunakan metode *purposive sampling* dalam penyebaran kuesioner dan metode analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang diolah menggunakan program AMOS V.24. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variasi produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen. Persepsi harga dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Persepsi harga dan lokasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Kepuasan konsumen mampu memediasi pengaruh variasi produk terhadap loyalitas konsumen. Kepuasan konsumen tidak mampu memediasi pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas konsumen. Kepuasan konsumen tidak mampu memediasi pengaruh lokasi terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Variasi Produk, Persepsi Harga, Lokasi, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen.

***THE INFLUENCE OF PRODUCT VARIATIONS, PERCEPTIONS OF
PRICE AND LOCATION ON CONSUMER LOYALTY WITH CONSUMER
SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE (STUDY ON HOLY
SET SUPER CONSUMERS)***

Aulia Fanny Fadria

NIM. 201911487

Supervisor: 1. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M
2. Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

***FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY
PROGRAM***

ABSTRACTION

The purpose of this research is to analyze the influence of product variations, price perceptions and location on consumer loyalty with consumer satisfaction as an intervening variable for Super Penyet Kudus consumers. The object of this research is consumers of Super Penyet Kudus who visit more than 2 times in 1 month and are 20 years old. The sample in this study was 130 respondents. Using a purposive sampling method in distributing questionnaires and data analysis methods using Structural Equation Modeling (SEM) which is processed using the AMOS V.24 program. The results of this research show that product variations have a negative and insignificant effect on consumer loyalty. Perceptions of price and location have a positive and significant effect on consumer loyalty. Product variety has a positive and significant effect on consumer satisfaction. Perceptions of price and location have a negative and insignificant effect on consumer satisfaction. Consumer satisfaction has a positive and significant effect on consumer loyalty. Consumer satisfaction is able to mediate the influence of product variations on consumer loyalty. Consumer satisfaction is unable to mediate the influence of price perception on consumer loyalty. Consumer satisfaction is unable to mediate the influence of location on consumer loyalty.

Keywords: Product Variation, Price Perception, Location, Consumer Satisfaction, Consumer Loyalty.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
RINGKASAN / ABSTRAKSI.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup.....	8
1.3. Perumusan Masalah	8
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. <i>Theory Of Planned Behavior</i> (TPB)	12
2.2. Loyalitas Konsumen.....	13
2.3. Kepuasan Konsumen.....	15
2.4. Variasi Produk.....	17
2.5. Persepsi Harga.....	19
2.6. Lokasi.....	20
2.7. Pengaruh Antar Variabel.....	23
2.8. Tinjauan Penelitian Terdahulu	28
2.9. Kerangka Pemikiran Teoritis	32
2.10. Perumusan Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1. Rancangan Penelitian.....	34

3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	34
3.3. Jenis dan Sumber Data	39
3.4. Populasi dan Sampel	40
3.5. Teknik Pengumpulan Data	41
3.6. Uji Instrumen Data	42
3.7. Metode Analisis Data	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1. Gambaran Objek Penelitian	49
4.2. Deskriptif Data	50
4.3. Analisis Data	56
4.4. Pembahasan	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1. Kesimpulan	81
5.2. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	87

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Variasi Produk Super Penyet Kudus dan Pesaing Tahun 2023	4
Tabel 1.2 Harga Produk Super Penyet Kudus dan Pesaing Tahun 2023	5
Tabel 3.1 Penilaian Kriteria <i>Goodness Of Fit Index Full Model</i>	46
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variasi Produk.....	52
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Harga	53
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Lokasi	54
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen.....	55
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Konsumen.....	56
Tabel 4.9 <i>Convergent Validity</i> Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan.....	58
Tabel 4.10 <i>Convergent Validity</i> Variabel Eksogen Setelah Perbaikan	59
Tabel 4.11 <i>Convergent Validity</i> Variabel Endogen	61
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas	62
Tabel 4.13 Uji Normalitas.....	63
Tabel 4.14 Uji <i>Multivariate Outliers</i>	64
Tabel 4.15 Kriteria <i>Goodness of Fit</i> Full Model SEM.....	65
Tabel 4.16 <i>Regression Weights</i>	66
Tabel 4.17 <i>Square Multiple Correlation</i>	68
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Hipotesis/Pengaruh Langsung Berdasarkan Model SEM	69
Tabel 4.19 Pengaruh Total (<i>Total Effect</i>).....	71
Tabel 4.20 Ringkasan Koefisien Variabel	72

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Jumlah Pengunjung Restoran Super Penyet Kudus Bulan Januari-April Tahun 2023.....	2
Gambar 2.1 <i>Theory Of Planned Behavior</i>	12
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis	32
Gambar 4.1 <i>Convergent Validity</i> Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan	57
Gambar 4.2 <i>Convergent Validity</i> Variabel Eksogen Setelah Perbaikan	59
Gambar 4.3 <i>Convergent Validity</i> Variabel Endogen.....	60
Gambar 4.4 <i>Full Measurement</i>	61
Gambar 4.5 Full Model SEM.....	65