

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA *HOME INDUSTRY* SARI TAHU**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Program Studi S1 Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta**

Disusun Oleh:

NOVA ARI UTAMI

18110062

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA
2022**

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nama : Nova Ari Utami
NIM : 18110062
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada *Home Industry* Sari Tahu

Disetujui dan disahkan :

Hari : Jumat
Tanggal : 4 November 2022

Pembimbing,



Andri Nurtantiono, S.E., M.M.

NIDN: 0616016701

Mengetahui,

Kepala Program Studi S1 Manajemen



Tri Ratna Pamikatsih, S.E., M.B.A

NIDN: 0610119201

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nova Ari Utami

NIM : 18110062

Program Studi : Manajemen

Judul : Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada *Home Industry* Sari Tahu

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) dan diterima untuk memenuhi persyaratan gelar Sarjana Ekonomi.

Pada Hari : Kamis

Tanggal : 1 Desember 2022

Tim Penguji

Tanda Tangan

Ketua : Andri Nurtantiono, S.E.,M.M.

()

Anggota : Dr. Budi Istiyanto, S.E.,M.M.,M.H.

()

Mengetahui,
Ketua STIE Surakarta


Dr. Budi Istiyanto, S.E.,M.M.,M.H.

NIDN. 0625127401

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nova Ari Utami

NIM : 18110062

Program Studi : Manajemen

Judul : Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada *Home Industry* Sari Tahu

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri. Apabila ternyata dikemudian hari ditemukan bahwa skripsi saya adalah hasil plagiat dari hasil karya orang lain, maka saya bersedia diberikan sanksi yang sesuai dengan perundangan yang berlaku.

Pembuat pernyataan,



Nova Ari Utami

MOTTO

Innallaha Ma'ashobirin

“Sesungguhnya Allah bersama orang-orang yang bersabar”

(QS. Al-Anfal: 46)

“Karena sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Alam Nasyroh: 5)

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan

kesanggupannya”

(Al-Baqarah: 286)

PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rahmat dan hidayah, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan. Kupersembahkan karya yang sangat sederhana ini dengan do'a dan rasa penuh kasih sayang kepada:

- Allah SWT yang telah memberikan segala karunia, nikmat, hidayah, serta kasih sayang-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
- Kedua orangtuaku (Suyono dan Sri Handayani Utami) tercinta, yang selalu memberikan doa restu, nasihat, semangat, motivasi, serta kasih sayang yang tiada habisnya hingga saya dapat berada pada titik ini dan menjalani kehidupan dengan kuat, sabar dan ikhlas.
- Kakakku tercinta (Septyan Adi Cahyo dan Pusptyasyari) yang selalu memberikan semangat dan perhatiannya.
- Dosen pembimbingku, Bapak Andri Nurtianto S.E., M.M. yang telah sabar membimbingku dalam menyelesaikan penelitian ini.
- Keluargaku yang selalu mendoakan, memberi nasihat dalam semua hal.
- Calon suamiku (Muhamad Nur Rohim) yang turut memberikan semangat, dukungan, serta bantuan kepada saya dalam menyelesaikan penelitian ini.
- Sahabatku selama kuliah (Endah Karina Sari dan Puji Yulianti) yang selalu menghibur serta memberi semangat serta dukungan.
- Teman-teman seperjuanganku jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta angkatan 2018.
- *Owner home industry* Sari Tahu yang sudah banyak membantu saya untuk memberikan informasi terkait obyek yang saya teliti dan sudah membantu menyebarkan kuisioner kepada pelanggannya.
- Almamater tercinta Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.

KATA PENGANTAR

Assalammu'alaikum wr.wb.

Alhamdulillah segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada *Home Industry* Sari Tahu**”. Tidak lupa sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang dengan perjuangan telah menghantarkan kita menjadi umat pilihan, terlahir untuk seluruh manusia demi menuju Ridho-Nya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, arahan, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat, kekuatan, petunjuk, kemudahan, kesabaran dan segala nikmat-Nya yang tidak pernah berhenti dilimpahkan kepada hamba-Nya.
2. Bapak Dr. Budi Istiyanto, S.E, M.M, M.H selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
3. Ibu Tri Ratna Pamikatsih, SE,.M.B.A selaku Kepala Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
4. Ibu Ari Susanti, S.Pt.. M.M selaku Pembimbing Akademik penulis.
5. Bapak Andri Nurtiantono, SE, M.M. selaku Pembimbing Skripsi yang dengan sabar telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan karyawan khususnya Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta yang telah membimbing serta membagikan ilmunya kepada mahasiswa serta telah membantu dalam bidang akademik dan administrasi mahasiswa.
7. Orang tua tercinta yang selalu memberikan kasih sayang tak terhingga dan tiada bosan memberikan dukungan serta tak pernah bosan mendoakan dan menasehati demi keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Semua pihak terlibat yang tidak bisa penulis sebut satu persatu namun memiliki arti dalam penyelesaian skripsi ini. Tanpa bermaksud mengabaikan, hanya keterbatasan ruang.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian. Untuk itu segala saran dan kritik yang membangun semoga berguna bagi penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan. Aamiin.

Wassalammu'alaikum wr.wb.

Surakarta, November 2022

Penulis

Nova Ari Utami

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PENULIS.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori	9
B. Penelitian Terdahulu.....	15
C. Kerangka Pemikiran	20
D. Hipotesis	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
A. Objek Penelitian	23
B. Jenis dan Sumber Data	23
C. Populasi dan Sampel.....	24
D. Teknik Pengumpulan Data	25
E. Definisi Operasional Variabel	26

F. Teknik Analisis Data	29
1. Uji Instrumen Data	29
2. Uji Asumsi Klasik	30
3. Uji Regresi Linier Berganda.....	31
4. Uji Hipotesis	32
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	34
A. Identitas Responden.....	34
B. Analisis Data	37
C. Pembahasan	47
BAB V PENUTUP.....	56
A. Kesimpulan.....	56
B. Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Rata-Rata Konsumsi per Kapita Seminggu Beberapa Macam Bahan Makanan Penting, 2007-2021	3
Tabel 2. Jumlah Industri Kecil Menurut Jenisnya di Kabupaten Boyolali Tahun 2019.....	4
Tabel 3. Perbandingan Harga <i>Home Industry</i> Sari Tahu dengan <i>Home Industry</i> Lainnya.....	6
Tabel 4. Penelitian Terdahulu	15
Tabel 5. Definisi Operasional	26
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	35
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	36
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	37
Tabel 11. Hasil Uji Validitas.....	38
Tabel 12. Hasil Uji Realibilitas.....	40
Tabel 13. Hasil Uji Normalitas	41
Tabel 14. Hasil Uji Multikolinearitas	42
Tabel 15. Hasil Uji Heteroskedastisitas	42
Tabel 16. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	43
Tabel 17. Hasil Uji F	45
Tabel 18. Hasil Uji t	46
Tabel 19. Hasil Uji R^2	47
Tabel 20. Data Rekapitulasi Responden Variabel Harga.....	48
Tabel 21. Data Rekapitulasi Responden Variabel Kualitas Produk.....	51
Tabel 22. Data Rekapitulasi Responden Variabel Kualitas Pelayanan.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pikir.....	20
-------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Responden
- Lampiran 3. Tabulasi Data Penelitian
- Lampiran 4. Hasil Uji Validitas
- Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 6. Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran 8. Hasil Uji Hipotesis

ABSTRAK

Nova Ari Utami. 18110062. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada *Home Industry* Sari Tahu. (Pembimbing: Andri Nurtantiono, S.E.,MM)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada *home industry* sari tahu. Metode penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan kuisioner yang disebarakan secara online maupun offline. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan *home industry* Sari Tahu milik bapak Aksan Mahanana yang beralamat di Desa Bangsalan, Kecamatan Teras, Kabupaten Boyolali. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*, dimana sampel dapat diperoleh dengan rumus *hair et al* adalah 135 reponden.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji instrument data (uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolineritas, dan uji heteroskedastisitas), uji analisis regresi linier berganda, uji hipotesis (uji F, uji T dan koefisien determinasi).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan

ABSTRACT

Nova Ari Utami. 18110062. *Analysis of the influence of Price, Product Quality and Service Quality on Customer Loyalty in the Sari Tahu Home Industry.* (Supervisor: Andri Nurtantiono, S.E.,MM)

This research aims to find out whether price, product quality and service quality affect customer loyalty in the home industry. This research method uses quantitative descriptive research using questionnaires that are distributed online and offline. The population in this study was all customers of the Sari Tahu home industry owned by Mr. Aksan Mahanana who is located in Bangsalan Village, Teras District, Boyolali Regency. The sampling technique used is purposive sampling, where the sample can be obtained with the formula hair et al is 135 respondents.

The analysis used in this study includes data instrument tests (validity tests and reliability tests, classical assumption tests (normality tests, multicollinearity tests, and heteroskedasticity tests), multiple linear regression analysis tests, hypothesis tests (F test, T test and coefficient of determination).

The results of this study show that price has a significant effect on customer loyalty, product quality has a significant effect on customer loyalty, service quality has a significant effect on customer loyalty.

Keywords: price, product quality, quality of service, customer loyalty

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri adalah suatu bidang atau kegiatan ekonomi yang berkaitan dengan pengolahan bahan baku atau pembuatan barang jadi di pabrik dengan menggunakan keterampilan dan tenaga kerja dan alat-alat di bidang pengolahan hasil bumi, dan distribusinya sebagai kegiatan utama. Tidak semua industri di Indonesia merupakan industri yang tergolong ke dalam industri besar. Tetapi, sebagian besar industri yang muncul adalah yang berkategori sedang, kecil dan industri rumah tangga. Istilah umum dalam dunia ekonomi yang merujuk kepada usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sering disebut dengan usaha mikro kecil menengah. Fenomena berwirausaha ini semakin marak, dilihat dari banyaknya bisnis baru yang bermunculan dengan berbagai inovasi dan variasi terbarunya di segala bidang. Kementerian Koperasi dan UKM mencatat, jumlah usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) mencapai 65,47 juta unit pada tahun 2019. Jumlah tersebut naik 1,98% jika dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebesar 64,19 juta unit. Seiring dengan meningkatnya pertumbuhan wirausaha, maka semakin banyak pula pesaing bagi setiap pelaku usaha. Persaingan yang terjadi ini akan membawa akibat kepada konsumen, yaitu konsumen dihadapkan pada berbagai pilihan produk atau jasa baik dari segi harga, kualitas produk maupun kualitas pelayanan. Setiap industri harus

mampu bertahan dan bersaing ditengah arus globalisasi yang terjadi didunia industri dan jasa. Oleh karena itu, setiap industri dituntut untuk memiliki daya saing yang lebih tinggi dibandingkan dengan industri-industri lain yang sejenis. Agar industri tetap kompetitif dipasar global, produsen harus dapat memahami produk (barang dan jasa) yang dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen. Industri selalu berusaha untuk dapat bertahan dan mengembangkan bisnisnya maka tujuan industri pada umumnya adalah menghasilkan laba semaksimal mungkin. Salah satu tujuan sebuah industri adalah menghasilkan kualitas produk yang baik, hal ini disebabkan kelangsungan hidup suatu industri ditentukan baik atau tidaknya produk yang dihasilkan.

Salah satu industri berkategori industri rumah tangga (*home industry*) yaitu industri pembuatan tahu. Tahu merupakan gumpalan protein kedelai yang diperoleh dari hasil penyaringan kedelai yang telah digiling dengan penambahan air (Sarwono dan Saragih, 2016). Tahu berasal dari Tiongkok, seperti halnya kecap, tauco, bakpau, dan bakso. Nama “tahu” merupakan serapan dari bahasa Hokkian (tauhu), yang secara harifah berarti “kedelai terfermentasi”. Tahu telah dikenal di Tiongkok sejak zaman dinasti Han sekitar 2200 tahun lalu. Penemunya adalah Liu An yang merupakan seorang bangsawan, cucu dari Kaisar Han Gaozu.

Pada umumnya tahu dijadikan masyarakat sebagai bahan lauk-pauk. Karena kandungan protein tahu yang tinggi, mudah dicerna serta harganya yang relatif murah, tahu sering digunakan sebagai pengganti daging oleh

masyarakat. Selain harganya yang relatif murah, tahu banyak diminati karena sehat dan dapat diolah kembali menjadi berbagai macam masakan yang lezat.

Tabel 1. Rata-Rata Konsumsi per Kapita Seminggu Beberapa Macam Bahan Makanan Penting, 2007-2021

No.	Jenis Protein	Satuan	Konsumsi Perkapita 2021
1.	Ikan dan udang segar	Kg	0,353
2.	Daging sapi/kerbau	Kg	0,009
3.	Daging ayam ras/kampung	Kg	0,142
4.	Telur ayam ras/kampung	Kg	2,280
5.	Tahu	Kg	0,158
6.	Tempe	Kg	0,146

Sumber : Publikasi Statistik Indonesia, 2007-2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah konsumsi perkapita tahu lebih tinggi dibandingkan dengan jumlah konsumsi perkapita daging sapi/kerbau, daging ayam ras/tahu dan tempe. Jumlah konsumsi perkapita tahu berada pada urutan nomer 3 setelah telur ayam ras/kampung, ikan dan udang segar. Sehingga dengan banyaknya masyarakat yang mengkonsumsi tahu, maka membuat industri pabrik tahu bermunculan, seperti di Kabupaten Boyolali. Di Kabupaten Boyolali industri tahu merupakan industri rumahan yang memiliki jumlah paling banyak daripada jumlah industri makanan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa industri tahu di Kabupaten Boyolali merupakan usaha yang produktif dan prospektif. Salah satu perusahaan yang memproduksi tahu adalah *home industry* Sari Tahu yang beralamat di Desa Bangsalan, Kecamatan Teras, Kabupaten Boyolali.

**Tabel 2. Jumlah Industri Kecil Menurut Jenisnya di Kabupaten
Boyolali Tahun 2019**

No.	Jenis Industri	Jumlah Industri	Jumlah TK
1.	Roti	11	25
2.	Mie Basah	138	467
3.	Tahu	620	1.239
4.	Tempe	28	68
5.	Marning	135	664
6.	Kerupuk Kulit Sapi	212	629
7.	Kerupuk Rambak	52	105
8.	Karak	137	301
9.	Rengginang	54	100
10.	Lento	245	588

Sumber : Data Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Boyolali, 2019

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa jumlah industri tahu mencapai 620 unit usaha yang memiliki total jumlah tenaga kerja sebanyak 1.239. Semakin banyaknya produsen tahu di Kabupaten Boyolali, maka semakin banyak alternatif para konsumen dalam memilih tempat pembelian tahu. Dengan begitu berbagai upaya dilakukan oleh pengusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup bisnisnya. Upaya yang dilakukan dalam pengembangan usahanya tidak terlepas dari adanya konsumen sebagai salah satu faktor utama berkembangnya bisnis. Sehingga adanya konsumen yang dapat memunculkan loyalitas pelanggan menjadi faktor penting dalam melakukan bisnis tersebut. Munculnya loyalitas pelanggan diawali dengan kepuasan konsumen itu sendiri yang dapat dilihat dari harga yang ditawarkan, kualitas produk yang dihasilkan serta pelayanan yang diberikan. Pelanggan

yang memperoleh kepuasan dalam pelayanan merupakan modal dasar bagi perusahaan dalam membentuk loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan secara umum dapat diartikan kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu. Loyalitas berarti pelanggan terus melakukan pembelian secara berkala. Loyalitas pelanggan merupakan salah satu tujuan inti yang diupayakan dalam pemasaran modern. Hal ini dikarenakan dengan loyalitas diharapkan perusahaan akan mendapatkan keuntungan jangka panjang atas hubungan mutualisme yang terjalin dalam kurun waktu tertentu. Menurut Ali Hasan (2008:83) loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang. Pelanggan merupakan seseorang yang terus-menerus dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut.

Salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah harga. Menurut Kotler dan Armstrong (2013:151) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan konsumen atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar oleh konsumen atas manfaat produk atau jasa tersebut. Harga merupakan faktor penting dalam pengambilan keputusan pembelian, karena konsumen akan selalu mencari informasi dan membandingkan harga antar produsen.

Tabel 3. Perbandingan Harga *Home Industry* Sari Tahu dengan *Home Industry* Lainnya

No.	Nama Tahu	Sari Tahu	Arto Moro
1.	Tahu Putih	Rp 250	Rp 250
2.	Tahu Kempung	Rp 250	Rp 300
3.	Tahu Magel	Rp 250	Rp 300
4.	Tahu Kepel	Rp 500	Rp 550

Sumber : Data Primer

Dilihat dari tabel perbandingan harga diatas terdapat selisih harga dari masing-masing produsen tahu tersebut. Produk tahu milik *home industry* Sari Tahu memiliki beberapa harga yang lebih terjangkau daripada pesaingnya.

Selain harga, kualitas produk juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas seseorang. Menurut Kotler dan Amstrong (2003:243) kualitas produk adalah salah satu faktor yang paling diandalkan oleh seorang pemasar dalam memasarkan suatu produk. Maka dari itu memperbaiki kualitas produk ataupun jasa merupakan tantangan yang penting bagi perusahaan dalam bersaing di pasar global, bahkan kualitas produk yang tinggi menciptakan keunggulan bersaing yang bertahan lama.

Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi munculnya loyalitas seseorang. Menurut Lewis & Booms (dalam Tjiptono, 2011:157) mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Artinya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan

yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan atau pengunjung. Dengan kata lain, faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diharapkan pelanggan/pengunjung dan persepsi masyarakat terhadap pelayanan tersebut. Nilai kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan stafnya dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah diuraikan maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Maka judul penelitian ini adalah “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada *Home Industry* Sari Tahu”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada *home industry* Sari Tahu ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada *home industry* Sari Tahu ?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada *home industry* Sari Tahu ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang diharapkan adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada *home industry* Sari Tahu
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada *home industry* Sari Tahu
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada *home industry* Sari Tahu

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapat dalam penelitian ini untuk berbagai pihak seperti :

1. Manfaat Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan evaluasi dan pengetahuan baru tentang pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan *home industry* Sari Tahu. Sehingga perusahaan bisa memperkuat pangsa pasar dan strategi untuk tetap meningkatkan loyalitas pelanggan.

2. Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu dan pengetahuan baru tentang pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan *home industry* Sari Tahu. Dan dijadikan sumber referensi penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Loyalitas Pelanggan

Menurut (Tjiptono, 2000:32) loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, dan pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Dalam pengertian ini dapat diartikan bahwa kesetiaan terhadap merek diperoleh ada karena adanya kombinasi dari kepuasan dan keluhan. Sedangkan kepuasan pelanggan tersebut datang dari beberapa besar kinerja perusahaan untuk menimbulkan kepuasan tersebut dengan meminimalkan keluhan sehingga diperoleh pembelian jangka panjang yang dilakukan oleh konsumen.

Selanjutnya Griffin (2006:46) berpendapat bahwa seorang pelanggan dikatakan setia atau loyal apabila pelanggan tersebut menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat suatu kondisi dimana mewajibkan pelanggan membeli paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu. Oleh sebab itu, selalu berfokus pada pelanggan adalah untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang loyal diharapkan bukan saja melakukan pembelian berulang-ulang akan tetapi juga dapat menceritakan kepada orang lain tentang keunggulan suatu produk ataupun memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk membeli produk

tersebut. Tjiptono (2005:85) mengemukakan enam indikator yang bisa digunakan untuk mengukur loyalitas konsumen, yaitu:

- a. Pembelian ulang
- b. Kebiasaan mengonsumsi merek tersebut
- c. Selalu menyukai merek tersebut
- d. Tetap memilih merek tersebut
- e. Yakin bahwa merek tersebut yang terbaik
- f. Merekomendasikan merek tersebut pada orang lain

2. Harga

Dalam memutuskan pembelian konsumen yang jeli juga selalu memperhatikan harga, menurut Kotler & Keller (2012:67) “Harga adalah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu. Harga juga mengomunikasikan positioning nilai yang dimaksudkan dari produk atau merk produk ke pasar”.

Sedangkan definisi harga menurut Kotler dan Armstrong (2001: 439) adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:52) ada 4 indikator yang mencirikan harga, yaitu:

a. Keterjangkauan harga

Harga yang diberikan oleh perusahaan terhadap produk mereka yang dapat dijangkau oleh para konsumen. Harga yang sesuai dan terjangkau akan menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli produk mereka.

b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Harga yang diberikan oleh perusahaan terhadap produknya sesuai dengan kualitas produk yang mereka hasilkan, misalnya jika harganya tinggi maka kualitas produk yang diberikan pun memiliki kualitas yang tinggi sehingga konsumen pun merasa tidak keberatan jika membeli produk tersebut.

c. Daya saing harga

Dalam pasar, perusahaan sebaiknya juga memperhatikan bahwa harga yang diberikan memiliki daya saing yang tinggi terhadap para kompetitornya. Jika harga yang diberikan terlampau tinggi diatas harga para kompetitor maka produk tersebut tidak memiliki daya saing yang baik.

d. Kesesuaian harga dengan manfaat

Manfaat produk yang dimiliki harus sesuai dengan harga yang diberikan oleh perusahaan terhadap produk mereka. Ada baiknya jika harga yang tinggi memiliki manfaat produk yang tinggi pula.

3. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika apa yang ingin dihasilkan dapat bersaing dipasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong (2014:253) kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplementasikan. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2003:243) kualitas produk adalah salah satu faktor yang paling diandalkan oleh seorang pemasar dalam memasarkan suatu produk. Dilihat dari beberapa definisi kualitas produk diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah karakteristik suatu produk yang mempunyai kemampuan untuk memuaskan pelanggan atau memenuhi kebutuhan pelanggan. Produk yang berkualitas dapat memberi manfaat dan efek yang baik terhadap para pemakainya. Maka dari itu memperbaiki kualitas produk ataupun jasa merupakan tantangan yang penting bagi perusahaan dalam bersaing di pasar global. Menurut Tjiptono (2007) indikator kualitas produk meliputi :

a. Daya tahan

Suatu refeksi umur ekonomis berupa ukuran daya tahan atau masa pakai barang.

b. Kesan kualitas

Konsumen tidak selalu memiliki informasi yang lengkap mengenai atribut-atribut produk. Namun demikian, biasanya konsumen memiliki informasi tentang produk secara langsung.

c. Estetika (penampilan produk)

Berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat bentuk dari produk.

4. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh wirausaha karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah ke perusahaan lain. Kualitas pelayanan yang baik merupakan salah satu syarat kesuksesan bagi wirausaha. Menurut Tjiptono (2007:59) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yaitu dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan suatu sikap positif dari wirausaha yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. Indikator kualitas pelayanan yang dijelaskan oleh Zeithaml dan Berry (1988) dalam Tjiptono (2006) yaitu :

a. Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan yang sesuai harapan pelanggan, ketepatan waktu dan pelayanan yang sama.

- b. Ketanggapan (*responsiveness*) yaitu ketanggapan dalam membantu para konsumen dengan cepat dan tepat kepada pelanggan sesuai dengan kondisi, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- c. Jaminan dan kepastian (*assurance*) yaitu pengetahuan dan kesopansantunan para pegawai perusahaan serta kemampuan menumbuhkan rasa percaya konsumen terhadap perusahaan.
- d. Empati (*empathy*) meliputi kemudahan melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.
- e. Berwujud (*tangible*) yaitu penampilan fisik, peralatan, personil dan media komunikasi suatu jasa pelayanan yang baik dan dapat diandalkan dalam keadaan lingkungan sekitarnya.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya, dan mungkin berkaitan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yang dapat digunakan sebagai pembanding. Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. Penelitian Terdahulu

No	Penulis Dan Tahun	Judul	Hasil
1.	Dewi, (2017)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pabrik Tahu Di Palangka Raya	Berdasarkan hasil penelitian ini bahwa kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.
2.	Herawati, dkk (2018)	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan	1. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 2. Harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 3. Kualitas layanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
3.	Wenas, dkk (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap	Hasil dalam penelitian menunjukkan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara

		Loyalitas Pelanggan Pengguna Aplikasi Gojek (Studi Pada Pengguna Layanan Go-Ride Di Kota Manado)	parsial dan simultan terhadap loyalitas pelanggan serta memiliki pengaruh positif dan signifikan.
4.	Siregar, dkk (2017)	Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Kampoenng Deli Medan	a. Variabel Pencitraan menyatakan ada pengaruh yang positif terhadap loyalitas pelanggan. b. Variabel Kualitas Produk menyatakan ada pengaruh yang positif terhadap loyalitas pelanggan. c. Variabel Harga menyatakan ada pengaruh yang positif terhadap loyalitas pelanggan.
5.	Barokah & Nuridin, (2020)	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Botol Minum Herbalife Pada Online Shop	Variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan botol minum herbalife di Pondok Gede Barat.
6.	Ayu, dkk	Pengaruh <i>Store</i>	Hasil dalam penelitian

	(2021)	<i>Atmosphere</i> , Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	menunjukkan bahwa suasana toko, kualitas produk, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan memiliki efek positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Matahari Departemen Store di Yogyakarta.
7.	Cardia, dkk (2019)	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna kartu prabayar Smartfren, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna kartu prabayar Smartfren di Kota Denpasar.
8.	Sidi, (2018)	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi	Hasil analisis data menggunakan software SPSS 23 menunjukkan bahwa baik kualitas produk, kualitas pelayanan dan digital marketing berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

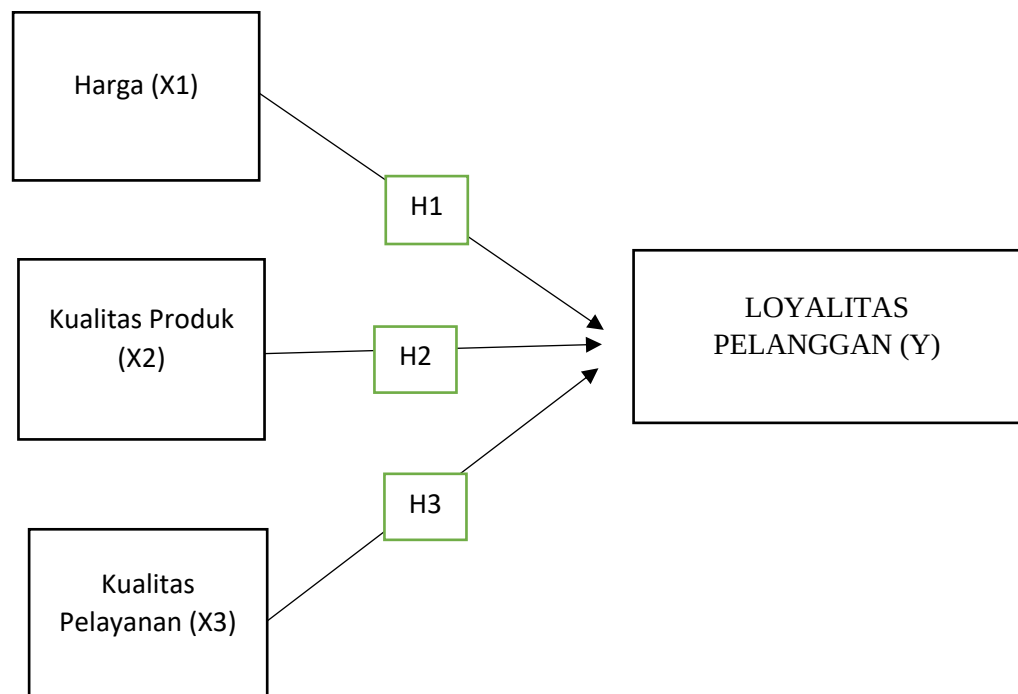
		pada Pelanggan Kedai Hj.S Jl. Kesumba Kota Malang)	
9.	Kumala & Widodo, (2019)	Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Alumunium	Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan.
10.	Isma & Utama, (2020)	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Distro Bloods Solo	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di distro Bloods Solo.
11.	Saputri (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang	Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
12.	Martin & Hamali, (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt Adidaya	Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Adidaya Digital Printing secara signifikan.

		Digital Printing Bandung	
13.	Lestira, dkk (2020)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Klinik Kecantikan Puspita Cabang Kotabumi	Hasil dari penelitian ini adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap positif dan signifikan loyalitas pelanggan pada Klinik Kecantikan Puspita Cabang Kotabumi.
14.	Chandra, (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kaoy Kupie	Hasil persamaan regresi diperoleh persamaan yang bernilai positif, dimana artinya kualitas pelayanan mempengaruhi variabel loyalitas pelanggan.
15.	Solichin, (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran Quick Chicken Jalan Jawa No. 63 Jember Tahun 2016	Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan restoran Quick Chicken Jalan Jawa No. 63 Jember.

C. Kerangka Pikir

Kerangka berpikir adalah model atau gambaran konseptual yang menjelaskan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pikir

D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono,2017:63)

Hubungan antar variabel dalam penelitian ini memiliki hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi, (2017) menunjukkan hasil bahwa harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada Pabrik Tahu di Palangka Raya. Penelitian serupa dilakukan oleh Herawati, dkk (2018) menunjukkan hasil harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Speddy. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Wenas, dkk (2018) menunjukkan hasil dalam penelitian harga berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap loyalitas pelanggan Pengguna Aplikasi Gojek (Studi Pada Pengguna Layanan Go-Ride Di Kota Manado) serta memiliki pengaruh positif dan signifikan. Dari beberapa penelitian tersebut, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1: Diduga harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

2. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ayu, dkk (2021) menunjukkan hasil bahwa kualitas produk memiliki efek positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Matahari Departemen Store di Yogyakarta. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Cardia, dkk (2019) menunjukkan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna kartu prabayar Smartfren di Kota Denpasar. Penelitian serupa dilakukan oleh Sidi, (2018) menunjukkan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan

terhadap loyalitas pelanggan Kedai Hj.S Jl. Kesumba Kota Malang. Dari beberapa penelitian tersebut, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H2: Diduga kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Saputri (2019) menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Grab Semarang. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Lestira, dkk (2020) menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Klinik Kecantikan Puspita Cabang Kotabumi. Penelitian serupa dilakukan oleh Chandra, (2018) menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi variabel loyalitas pelanggan pada Kaoy Kupie. Dari beberapa penelitian tersebut, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H3: Diduga kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian mengenai Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan *home industry* Sari Tahu, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan *home industry* Sari Tahu
2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan *home industry* Sari Tahu
3. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan *home industry* Sari Tahu

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. *Owner home industry* Sari Tahu sebaiknya tetap mempertahankan harga agar harga tetap terjangkau.
2. Kualitas produk pada penelitian ini memiliki pengaruh yang baik. Kualitas produk harus lebih diperhatikan dan terus ditingkatkan dengan cara memilih bahan baku yang berkualitas, karena dengan kualitas produk yang bagus maka akan meningkatkan kepercayaan konsumen dan dapat membentuk sebuah loyalitas pelanggan.

3. Kualitas pelayanan harus ditingkatkan. Peningkatan pelayanan dapat dilakukan dengan karyawan maupun *owner* dari *home industry* Sari Tahu melayani konsumen dengan ramah, lebih sigap dan mampu memberikan solusi yang tepat terhadap kebutuhan tahu konsumen agar konsumen merasa nyaman ketika berbelanja.

DAFTAR PUSTAKA

- Barokah, N., & Nuridin, N. U. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Botol Minum Herbalife Pada Online Shop. *Jurnal Ekonomi dan Industri* e-ISSN, 2656, 3169.
- Cardia, D. I. N. R., Santika, I. W., & Respati, N. N. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen*, 8(11), 6762-6781.
- Chandra, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kaoy Kupie. *Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi (JENSI)*, 2(2), 139-146.
- Dewi, F. C. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pabrik Tahu Di Palangka Raya. *Skripsi Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya*, 1–92.
- F. Tjiptono & G. Chandra. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. ANDI. Yogyakarta.
- Hasan, Ali. 2008. *Marketing*. Yogyakarta: Media Utama
- Herawati, N., Hidayat, A., & Suwarsito, S. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal akrab juara*, 4(4), 118-129.
- Jumlah Industri Kecil Menurut Jenisnya di Kabupaten Boyolali, 2018. <https://boyolalikab.bps.go.id/statictable/2019/08/07/853/jumlah-industri-kecil-menurut-jenisnya-di-kabupaten-boyolali-2018.html> Diakses pada tanggal 15 November 2021
- Kotler Philip, Amstrong Gary. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12. Penerbit Eralangg
- Kumala, M. C., & Widodo. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Alumunium. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 58.
- Martin, D., & Hamali, A. Y. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt Adidaya Digital Printing Bandung. *Journal of Management*, 3(1), 30–48.

- Nurtantiono, A., Marzuki, I., Kayohakicky, A. C., & Oktalina, M. (2021). Antara Persepsi Dan Pengaruh Lingkungan Terdekat, Faktor Penentu Konsumen Pada Pembelian Sepeda Motor “Honda”. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(02).
- Prasyanti, P. A., Ningrum, N. R., & Basri, A. I. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 16-23.
- Rata-Rata Konsumsi per Kapita Seminggu Beberapa Macam Bahan Makanan Penting, 2007-2021. <https://www.bps.go.id/statictable/2014/09/08/950/rata-rata-konsumsi-per-kapita-seminggu-beberapa-macam-bahan-makanan-penting-2007-2021.html> Diakses pada tanggal 6 Desember 2021
- Saputri, R. S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 10(1), 46-53.
- Sidi, A. P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Digital Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 12(1), 1-8.
- Siregar, N., Si, M., & Fadillah, H. (2017). Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Kampoeng Deli Medan. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 87–96.
- Solichin, I. A., Kantun, S., & Suyadi, B. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran Quick Chicken Jalan Jawa No. 63 Jember Tahun 2016. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 11(1), 61. <https://doi.org/10.19184/jpe.v11i1.4999>
- Tahu. <https://id.wikipedia.org/wiki/Tahu> Diakses pada tanggal 15 November 2021
- Tjiptono, Strategi Pemasaran, Yogyakarta: Andi, 2000.
- Tulloch, I., & Utama, H. B. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan di Distro Bloods Solo. *KELOLA*, 7(2), 211-222.
- Warganegara, T. L., & Alviyani, D. (2020). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada klinik kecantikan Puspita cabang Kotabumi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)*, 1(2).

Wenas, R. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Aplikasi Gojek (Studi Pada Pengguna Layanan Go-Ride Di Kota Manado). *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado*, 6(4), 2778–2787.

Lampiran 1. Kuesioner

KUESIONER

ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA *HOME INDUSTRY* SARI TAHU

Petunjuk Pengisian

1. Bacalah pertanyaan dengan cermat dan teliti sebelum anda menjawab.
2. Berilah tanda check list (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat anda
3. Keterangan pilihan:

Sangat Tidak Setuju : STS

Tidak Setuju : TS

Netral : N

Setuju : S

Sangat Setuju : SS

Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin : a. Perempuan

b. Laki-Laki

Usia : a. 20-25 tahun

b. 26-30 tahun

c. > 30 tahun

Domisili : a. Kec. Ampel

b. Kec. Andong

c. Kec. Banyudono

d. Kec. Boyolali

e. Kec. Cepogo

f. Kec. Gladagsari

g. Kec. Juwangi

h. Kec. Karanggede

- i. Kec. Kemusu
- j. Kec. Klego
- k. Kec. Mojosongo
- l. Kec. Musuk
- m. Kec. Ngemplak
- n. Kec. Nogosari
- o. Kec. Sambu
- p. Kec. Sawit
- q. Kec. Selo
- r. Kec. Simo
- s. Kec. Tamansari
- t. Kec. Teras
- u. Kec. Wonosamodro
- v. Kec. Wonosegoro

Pekerjaan : a. Pelajar/ Mahasiswa
 b. Karyawan
 c. Wiraswasta
 d. Ibu Rumah Tangga

Penghasilan : a. < Rp 500.000
 b. Rp 500.000 – 1.000.000
 c. Rp 1.000.001 – 2.500.000
 d. > Rp 2.500.000

Apa yang membedakan *home industry* Sari Tahu dengan *home industry* tahu lainnya?

.....

.....

.....

.....

Daftar Pernyataan

Harga						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Harga produk tahu di <i>home industry</i> Sari Tahu terjangkau					
2.	Harga yang ditawarkan <i>home industry</i> Sari Tahu lebih terjangkau daripada <i>home industry</i> lainnya					
3.	Harga produk tahu di <i>home industry</i> Sari Tahu sesuai dengan kualitas produk					
4.	Harga produk tahu di <i>home industry</i> Sari Tahu sesuai dengan rasa yang diinginkan					
5.	Harga tahu di <i>home industry</i> Sari Tahu dapat bersaing dengan produk <i>home industry</i> tahu lain					
6.	Harga tahu di <i>home industry</i> Sari Tahu lebih ekonomis					
7.	<i>Home industry</i> Sari Tahu memberikan harga sesuai dengan manfaat yang saya butuhkan					
8.	Harga produk tahu di <i>home industry</i> sesuai dengan manfaat produk yang saya dapatkan					
Kualitas Produk						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa produk tahu di <i>home industry</i> Sari Tahu tidak gampang rusak					
2.	Produk tahu yang dijual di <i>home industry</i> Sari Tahu selalu					

	dalam keadaan <i>fresh</i>					
3.	Kualitas produk tahu di <i>home industry</i> Sari Tahu sesuai dengan yang saya inginkan					
4.	Saya percaya produk tahu di <i>home industry</i> Sari Tahu dapat diandalkan					
5.	Bentuk dan ukuran produk tahu di <i>home industry</i> Sari Tahu dapat disesuaikan dengan keinginan konsumen					
6.	Penampilan produk tahu di <i>home industry</i> Sari Tahu yang inovatif					
Kualitas Pelayanan						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Karyawan di <i>home industry</i> Sari Tahu bekerja secara profesional					
2.	Karyawan di <i>home industry</i> Sari Tahu selalu sigap dalam melayani konsumen					
3.	Pelayanan di <i>home industry</i> Sari Tahu diberikan secara cepat					
4.	Karyawan di <i>home industry</i> Sari Tahu mampu memberikan solusi yang tepat terhadap kebutuhan tahu konsumen					
5.	Saya merasa aman dan nyaman ketika membeli tahu di <i>home industry</i> Sari Tahu					
6.	Semua kebutuhan produk tahu yang dibutuhkan konsumen selalu ada di <i>home industry</i> Sari					

	Tahu					
7.	Karyawan di <i>home industry</i> Sari Tahu melayani konsumen dengan senang hati					
8.	Karyawan di <i>home industry</i> Sari Tahu memahami kebutuhan konsumen secara personal					
9.	<i>Home industry</i> Sari Tahu memiliki fasilitas tempat parkir yang luas					
10.	<i>Home industry</i> Sari Tahu memiliki layanan pesan antar					
Loyalitas Pelanggan						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya sering membeli produk <i>home industry</i> Sari Tahu					
2.	Saya akan datang kembali untuk membeli produk <i>home industry</i> Sari Tahu					
3.	Saya menikmati produk yang saya beli di <i>home industry</i> Sari Tahu					
4.	Saya sering berkunjung ke <i>home industry</i> Sari Tahu					
5.	Saya merasa percaya dengan produk yang ditawarkan <i>home industry</i> Sari Tahu					
6.	Saya selalu setia pada produk <i>home industry</i> Sari Tahu					
7.	Saya akan selalu memilih <i>home industry</i> Sari Tahu sebagai tempat untuk membeli produk tahu					

8.	Saya tidak tertarik dengan <i>home industry</i> tahu selain <i>home industry</i> Sari Tahu					
9.	<i>Home industry</i> Sari Tahu adalah salah satu <i>home industry</i> pembuatan tahu terbaik di Boyolali					
10.	<i>Home industry</i> Sari Tahu adalah pilihan utama saya apabila saya ingin mengkonsumsi tahu					
11.	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain bahwa <i>home industry</i> Sari Tahu merupakan tempat pembelian produk tahu yang aman dan nyaman					
12.	Saya selalu mengajak orang lain untuk membeli produk tahu di <i>home Industry</i> Sari Tahu					