

PENERAPAN KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (STUDI KASUS PADA UMKM KRIPIK TEMPE RIZKI BAROKAH DI KOTA MALANG)

Submission date: 18-Mar-2020 10:24PM (UTC+0800)

Submission ID: 1277559007

File name: anan,_kualitas_produk_dan_harga_terhadap_loyalitas_konsumen.docx (21.86K)

Word count: 1798

Character count: 11348

by Khotijatul Jennah

22

**JUDUL SKRIPSI : PENERAPAN KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK
DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (STUDI
KASUS PADA UMKM KRIPIK TEMPE RIZKI BAROKAH DI KOTA
MALANG)**

NAMA PENELITI : KHOTIJATUL JENNAH

RINGKASAN SKRIPSI

Kondisi pemasaran produk akhir-akhir ini sangat dinamis, membuat perusahaan dan para pelaku usaha, UMKM dan produsen lainnya berlomba-lomba untuk mengembangkan dan memajukan produknya, bersaing dengan sangat ketat dan sangat antusias bahkan ada yang memilih menyusun strategi yang sangat baik dalam waktu yang cukup panjang dan sangat teliti agar bisa bersaing dengan produsen lain dan produk yang di tawarkan ke konsumen bisa mendapatkan respon yang baik dan positif dan bisa diterima dengan baik pula serta banyak diminati oleh para konsumen. Pertumbuhan ekonomi pada masa sekarang dan perubahan suatu lingkungan yang sangat cepat, perusahaan atau pelaku usaha harus selalu memantau usahanya dan harus bisa menyesuaikan diri pada perubahan pasar yang berkembang dengan sangat cepat, perubahan tersebut memaksa perusahaan, para pelaku usaha atau bisnis untuk dapat lebih kreatif dan inovatif lagi serta bisa merancang sebuah strategi yang bagus sehingga bisa bersaing dengan perusahaan atau para pelaku bisnis yang lain, berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, penelitian ini bertujuan untuk mengalisis dan mengetahui bagaimana Penerapan Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen pada UMKM Kripik Tempe Rizki Barokah di Kota Malang.

Adapun penelitian ini menggunakan salah satu jenis metode penelitian kuantitatif, data yang dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dan populasi yang diambil pada penelitian ini yaitu semua konsumen di UMKM Kripik Tempe Rizki Barokah Di Kota Malang. Pengambilan sampel pada penelitian yang dilakukan ini menggunakan *Purposive Sampling* dan penganalisisan data menggunakan Regresi Linier Berganda.

Dari hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan 40 responden memperoleh hasil, yang menyatakan bahwa penerapan kualitas pelayanan secara parsial tidak punya pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan nilai hasil t hitung $< t$ tabel dan nilai hasil signifikan $> 0,05$, Penerapan kualitas produk secara parsial tidak punya pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan nilai hasil t hitung $< t$ tabel dan nilai hasil signifikan $> 0,05$. Sedangkan harga secara parsial sangat berpengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan nilai hasil t hitung $> t$ tabel dan nilai hasil

signifikan $< 0,05$. Adapun secara simultan, pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen pada UMKM Kripik Tempe Rizki Barokah Di Kota Malang dengan menghasilkan nilai probabilitas signifikan $< 0,05$ maka secara simultan variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga sangat berpengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen pada UMKM Kripik Tempe Rizki Barokah Di Kota Malang.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kondisi pemasaran produk akhir-akhir ini sangat dinamis, membuat perusahaan dan para pelaku usaha, UMKM dan produsen lainnya berlomba-lomba untuk mengembangkan dan memajukan produknya, bersaing dengan sangat ketat dan sangat antusias bahkan ada yang memilih menyusun strategi yang sangat baik dalam waktu yang panjang dan sangat teliti agar bisa bersaing dengan produsen lain dan produk yang di tawarkan ke konsumen bisa mendapat respon yang baik dan positif serta diterima dengan baik pula dan banyak diminati oleh para konsumen. Menurut Peneliti Darwanto (2013:142-149) melakukan pengamatan terhadap pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian di Indonesia, Meningkatnya jumlah pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), tentu saja mengakibatkan adanya persaingan pasar yang semakin ketat. Bahkan, persaingan antar pelaku UMKM satu dengan yang lain pada saat ini sudah meningkat. Bisnis dibidang usaha kecil dan menengah (UMKM) juga sudah menunjukkan dan mengikuti perkembangan serta persaingan pasar yang cukup pesat. Hal itu ditandai dengan banyaknya bermacam-macam jenis usaha kecil. Perkembangan dan persaingan tersebut dipengaruhi tidak lain untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari yang juga sangat meningkat.

Dalam dunia usaha pada saat sekarang ini banyak yang mengalami persaingan yang ketat sehingga perusahaan dan para produsen lainnya harus memberikan yang terbaik untuk para konsumennya seperti pelayanan yang baik, kualitas produknya baik dan juga harga yang sangat terjangkau, sehingga dengan hal tersebut perusahaan atau pelaku usaha bisa bersaing dengan baik serta juga bisa meningkatkan laba yang sesuai dengan tujuan perusahaan tersebut. Namun perusahaan juga harus mempunyai suatu keunggulan dalam produknya agar dapat bertahan dalam menghadapi persaingan yang ketat ini dan memanfaatkan teknologi dengan baik. Menurut (Kotler dan Armstrong: 2012) menyatakan bahwa Kualitas produk ialah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal tersebut termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi

10
produk juga atribut produk lainnya. Karena pada saat ini perkembangan teknologi akan semakin berkembang pesat dan itu akan memberikan dampak yang baik bagi perusahaan yang bergerak atau yang bergelut dalam bidang industri, reseller penjualan maupun jasa. Jika produsen bergerak di bidang jasa maka ia akan lebih sulit lagi menunjukkan kualitas jasanya, karena pada masa sekarang ini jasa lebih sulit dan lebih ketat lagi saingannya untuk menunjukkan keunggulannya karena jasa itu tidak berwujud, konsumen tidak bisa tau bagaimana kualitas jasanya hanya dengan melihat saja, namun jika konsumen sudah memakai jasa tersebut maka ia akan tau seberapa bagus dan berkualitasnya jasa yang di pakai tersebut.

Perusahaan jenis apapun itu baik yang bergerak dalam bidang manufaktur ataupun di bidang jasa, tentu harus menyadari kalau kelangsungan hidup perusahaan itu lebih penting daripada sekedar laba yang besar, namun kepuasan konsumen dan loyalitasnya terhadap produk yang di produksi dan ditawarkan oleh perusahaan juga harus menjadi tujuan utamanya. Maka dari itu perusahaan harus mempunyai keunggulan dalam produknya atau strategi lainnya yang dihasilkan dan bisa memenuhi keinginan serta kepuasan konsumen. Maka dari itu perusahaan harus mempunyai sebuah strategi yang baik serta menawarkan produk-produk yang berkualitas dan harga yang sesuai dengan harapan konsumen. Menurut Peneliti Darwanto (2013:142-149) melakukan pengamatan terhadap pertumbuhan UMKM dalam perekonomian di Indonesia, meningkatnya jumlah pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tentu saja mengakibatkan adanya persaingan persaingan pasar yang semakin ketat. Bahkan, persaingan antar pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) satu dengan yang lain pada saat ini sudah meningkat. Tidak hanya itu saja, perusahaan dan para pelaku bisnis atau usaha juga harus merapakan pelayanan yang baik bagi konsumen dan harus menanamkan kepuasan pada konsumen, sehingga para konsumen akan tertarik dan pada akhirnya akan loyal terhadap produk yang ditawarkan, karena kepuasan para pelanggan atau konsumen adalah yang paling utama yang harus dijadikan tujuan utama perusahaan atau pelaku usaha.

1
Kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga dominan sangat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Karena sebagian konsumen sebelum membeli mereka akan melihat bagaimana produknya, bagaimana para pelaku bisnis dan perusahaan tersebut menerapkan pelayanannya, dan bagaimana harganya. Hal tersebut akan menjadi sorotan para konsumen yang memperhatikan pelayanan si penjual, jika pelayanan yang diterapkan tidak sesuai dengan harapan para pelanggan atau konsumen dan jika produk yang di awarkan kualitasnya tidak baik maka hal tersebut akan berpengaruh terhadap penjualan para pelaku bisnis atau perusahaan tersebut. Sebagaimana yang telah di kemukakan oleh pengemuka tentang kualitas

pelayanan Prihatminingtiyas (2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah bagaimana sikap kesopanan dan kata-kata yang diucapkan serta yang disampaikan oleh penjual kepada konsumen yang membeli produk tersebut. Apabila perusahaan atau pelaku usaha mampu menerapkan hal tersebut maka akan berdampak baik terhadap usaha yang dibangun, namun tidak semua pelaku usaha bisa menerapkan itu masih banyak pelaku usaha yang hanya memikirkan laba saja, tanpa melihat dan menginovasi apakah produk yang dijual sudah membuat konsumen nyaman dan lain sebagainya. Ada beberapa aspek yang harus benar-benar di perhatikan, selain kualitas pelayanan, kualitas produk ada harga, maka hal yang juga harus di diperhatikan adalah kepuasan konsumen, karena hal itu dominan sangat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Pertumbuhan ekonomi pada masa sekarang dan perubahan suatu lingkungan yang sangat cepat, perusahaan atau pelaku usaha harus selalu memantau usahanya dan harus bisa menyesuaikan diri pada perubahan pasar yang berkembang dengan sangat cepat. Perubahan tersebut memaksa perusahaan atau para pelaku bisnis atau usaha untuk bisa lebih kreatif dan inovatif serta bisa merancang sebuah strategi yang bagus sehingga bisa bersaing dengan perusahaan atau para pelaku bisnis lain. Berhasilnya suatu perusahaan atau para pelaku bisnis menurut konsep pemasaran adalah apabila perusahaan tersebut mampu memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen dengan baik, dalam kondisi semacam ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mampu berkompetisi dengan perusahaan sejenisnya. Sejalan dengan hal itu, upaya yang harus dilakukan dalam memasarkan produk adalah dengan melakukan suatu kegiatan bauran pemasaran yang meliputi, menciptakan produk yang diminati konsumen, menentukan harga yang kompetitif, memiliki distribusi yang luas, lokasi yang strategis dan melakukan promosi dengan tujuan agar calon konsumen lebih mengenal produk yang akan atau sudah di tawarkan kepada konsumen.

Hal tersebut juga akan atau sedang dialami oleh UMKM Kripik Tempe Rizki Barokah, maka UMKM tersebut juga harus lebih kreatif dan inovatif karena mengingat pertumbuhan dan perubahan suatu lingkungan pasar yang sangat cepat maka para pesaing juga akan bermunculan dengan adanya banyak pesaing maka semakin sulit bagi perusahaan atau pelaku usaha untuk membangun reputasi usahanya. Maka dari itu perusahaan atau para pelaku usaha dituntut untuk selalu mengawasi dan selalu berinovatif serta menawarkan atau memberikan kualitas pelayanan yang baik, menawarkan kualitas produk yang diminati konsumen dan memberikan harga yang kompetitif terhadap konsumen agar tetap bisa bersaing dengan pelaku usaha atau pelaku bisnis yang lain.

Dari pendahuluan yang sudah dijelaskan yang terkait dengan latar belakang suatu penelitian yang akan dilakukan, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian yang hasilnya akan dituangkan dalam tulisan yang berbentuk skripsi, dengan judul **“Penerapan Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen. (Studi Kasus Pada UMKM Kripik Tempe Rizki Barokah di Kota Malang)**

1.2. Rumusan Masalah

Pada latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, pengambilan rumusan masalah ialah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen pada UMKM Kripik Tempe Rizki Barokah?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen pada UMKM Kripik Tempe Rizki Barokah?
3. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen pada UMKM Kripik Tempe Rizki Barokah?
4. Dan apakah kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen pada UMKM Kripik Tempe Rizki Barokah?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari adanya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui penerapan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen pada UMKM Kripik Tempe Rizki Barokah
2. Untuk mengetahui kualitas produk mempunyai berpengaruh yang parsial terhadap loyalitas konsumen pada UMKM Kripik Tempe Rizki Barokah
3. Untuk mengetahui apakah harga mempunyai berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen pada UMKM Kripik Tempe Rizki Barokah
4. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga mempunyai pengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen pada UMKM Kripik Tempe Rizki Barokah.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat adanya penelitian yang dilakukan ini adalah :

1. Bagi peneliti

Manfaat bagi peneliti adalah mendapatkan pengetahuan tentang pentingnya melakukan penerapan kualitas pelayanan, kualitas produk dan juga harga yang baik untuk membangun usaha atau untuk bisa bersaing dengan pelaku usaha lain di dalam dunia usaha atau bisnis upaya meningkatkan loyalitas konsumen.

2. Bagi instansi

Dapat memberikan sumbangsih dan memberikan informasi tentang kualitas pelayanan, kualitas produk yang baik dan harga yang kompetitif untuk dapat dijadikan bahan masukan dalam melakukan sebuah keputusan dalam mengembangkan produknya.

3. Bagi akademisi

Hasil dari penelitian ini sangat diharapkan untuk menjadi sumber informasi tambahan dan pengetahuan dan juga untuk dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya.

PENERAPAN KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (STUDI KASUS PADA UMKM KRIPIK TEMPE RIZKI BAROKAH DI KOTA MALANG)

ORIGINALITY REPORT

25%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

22%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Submitted to Universitas Muria Kudus

Student Paper

4%

2

media.neliti.com

Internet Source

3%

3

docplayer.info

Internet Source

3%

4

eprints.ums.ac.id

Internet Source

3%

5

www.unisbank.ac.id

Internet Source

3%

6

simlitabmas-unpas.id

Internet Source

1%

7

Submitted to STIE Perbanas Surabaya

Student Paper

1%

8

Submitted to Universitas Andalas

Student Paper

1%

| | | |
|----|--|-----|
| 9 | es.scribd.com Internet Source | 1% |
| 10 | Submitted to iGroup Student Paper | 1% |
| 11 | eprints.umg.ac.id Internet Source | 1% |
| 12 | id.scribd.com Internet Source | <1% |
| 13 | www.pekerjadata.com Internet Source | <1% |
| 14 | docobook.com Internet Source | <1% |
| 15 | Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper | <1% |
| 16 | repository.unpas.ac.id Internet Source | <1% |
| 17 | ejournal.stiesia.ac.id Internet Source | <1% |
| 18 | wwwcomputer-master.blogspot.com Internet Source | <1% |
| 19 | tutiimagine.blogspot.com Internet Source | <1% |

20

Submitted to Universitas Diponegoro

Student Paper

<1%

21

Submitted to Universitas Negeri Jakarta

Student Paper

<1%

22

www.researchgate.net

Internet Source

<1%

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

PENERAPAN KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (STUDI KASUS PADA UMKM KRIPIK TEMPE RIZKI BAROKAH DI KOTA MALANG)

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

/0

GENERAL COMMENTS

Instructor

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6
