

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA PRODUK TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP  
PRODUK MIE INSTAN “INDOMIE GORENG”**

**(Studi Pada Konsumen Mie Instan “Indomie Goreng” di Warmindo sarjana UPN)**

**SKRIPSI**



**Disusun oleh:**

**RIRIN PUTRI ANGGRAENI**

**20042010016**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAN, RISET DAN TEKNOLOGI**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

**SURABAYA**

**2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA PRODUK TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP  
PRODUK MIE INSTAN "INDOMIE GORENG"  
(Studi Pada Konsumen Mie Instan "Indomie Goreng" di Warmindo sarjana UPN)**


Disusun oleh:

**RIRIN PUTRI ANGGRAENI**

**20042010016**

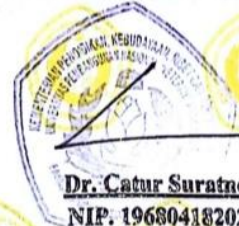

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,  
**PEMBIMBING**

  
**Dra. Siti Ning Farida, M. Si**  
**NIP. 196406291990032001**

Mengetahui,

**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLTIK**

  
  
**Dr. Catur Suratnoaji, M.Si**  
**NIP. 196804182021211006**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA PRODUK TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP  
PRODUK MIE INSTAN "INDOMIE GORENG"  
(Studi Pada Konsumen Mie Instan "Indomie Goreng" di Warmindo sarjana UPN)**


**Disusun Oleh:**

**Ririn Putri Anggraeni**  
**NPM. 20042010016**

Telah Dipertahankan Dihadapkan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal 18 Juli 2024

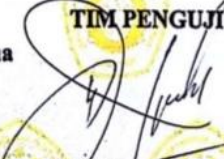
**Menyetujui,**

**PEMBIMBING UTAMA**

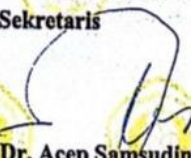
  
**Dra. Siti Ning Farida, M.Si**  
**NIP. 196406291990032001**

**TIM PENGUJI**

**1. Ketua**

  
**Budi Prabowo, S.Sos., MM**  
**NIP. 196210161988031001**

**2. Sekretaris**

  
**Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A**  
**NPT. 21119771204337**

**3. Anggota**

  
**Dra. Siti Ning Farida, M.Si**  
**NIP. 196406291990032001**

**Mengetahui,**  
**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

  
**Dr. Catur Surnoaji, M.Si**  
**NIP. 196804182021211006**

## LEMBAR PENYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ririn Putri Anggraeni

NPM : 20042010016

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA PRODUK TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP  
PRODUK MIE INSTAN “INDOMIE GORENG”  
(Studi Pada Konsumen Mie Instan “Indomie Goreng” di Warmindo sarjana UPN)**

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya pribadi saya buktikan dengan melalui cek plagiasi dengan ketentuan maksimal 30 persen untuk diajukan sebagai persyaratan memperoleh gelar Strata I di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan skripsi ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku
3. Jika kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya asli saya atau merupakan hasil plagiarism dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima saksi yang berlaku

Surabaya, 17 Juli 2024

Yang membuat pernyataan

  
**Ririn Putri Anggraeni**

**NPM. 20042010016**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa tercurahkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul **”Pengaruh kualitas produk dan harga produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen terhadap produk mie instan “Indomie Goreng” (Studi Pada Konsumen Mie Instan “Indomie Goreng” di Warmindo sarjana UPN)”**, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Program Sarjana (S1) Program Studi Administrasi Bisnis.

Penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian proposal skripsi ini sehingga dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan lancar dan tepat waktu. Penulis mengucapkan terimakasih kepada Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktunya untuk memberikan banyak bimbingan, nasehat, serta motivasi kepada penulis. Pada kesempatan ini, penulis juga menyampaikan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya :

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos. M,M., M,A selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Untuk Kedua Orang Tua Saya Bapak Sumiran dan Ibu Kanipah, Adik tercinta Kholiq Maulana Ibrahim dan Keluarga yang banyak membantu dan memberikan dukungan secara moril maupun materi dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.

5. Sahabat dekat penulis Khofifah, Alviana, Novia yang memberikan dukungan, motivasi serta saran sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini .
6. Teman-teman Program Studi Administrasi Bisnis angkatan 2020 yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
7. Teman satu bimbingan yang telah memberikan dukungan, motivasi serta semangat kepada penulis.
8. Teman KKN-T Kelompok 39 Blitar yang telah memberikan dukungan serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Untuk Rayyanza Malik Ahmad yang telah menjadi *mood booster* penulis dalam mengerjakan skripsi.
10. *Last but not least. I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting.*

Dalam penyusunan proposal skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan baik dari segi teknik maupun penyusunannya. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan penyusunan proposal skripsi ini. Penulis berharap semoga proposal skripsi ini bisa menambah pengetahuan para pembaca dan dapat menjadi referensi untuk penelitian yang akan datang.

Surabaya, Juli 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori .....	16
2.2.1 Pemasaran.....	16
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	16
2.2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	18
2.2.1.3 Konsep Pemasaran .....	19
2.2.1.4 Tujuan Pemasaran.....	23
2.2.2 Kualitas Produk.....	24
2.2.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	24
2.2.2.2 Indikator Kualitas Produk.....	26
2.2.2.3 Manfaat Kualitas Produk.....	28
2.2.3 Harga.....	30
2.2.3.1 Pengertian Harga.....	30
2.2.3.2 Indikator Harga.....	31
2.2.3.3 Manfaat Manfaat.....	32
2.2.4 Loyalitas Konsumen.....	33
2.2.4.1 Pengertian Loyalitas Konsumen.....	33
2.2.4.2 Indikator Loyalitas Konsumen.....	34
2.2.5 Kepuasan Konsumen.....	35
2.2.5.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	35
2.2.5.2 Indikator Kepuasan Konsumen.....	37
2.2.5.3 Manfaat Kepuasan Konsumen.....	38
2.3 Kerangka Berpikir.....	40
2.4 Hipotesis.....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>43</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	43
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	43
3.2.1 Definisi Operasional.....	43
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	46

3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	48
3.3.1 Populasi.....	48
3.3.2 Sampel.....	48
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	49
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.4.1 Jenis Data.....	50
3.4.2 Sumber Data.....	51
3.4.3 Pengumpulan Data.....	51
3.5 Teknik Analisis Data.....	52
3.5.1 Uji Validitas.....	52
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	54
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	55
3.5.3.1 Uji Normalitas.....	55
3.5.3.2 Uji Multikolinearitas.....	56
3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	57
3.5.3.4 Uji Linieritas.....	58
3.5.4 Uji Statistik.....	58
3.5.4.1 Uji T (Uji Parsial).....	58
3.5.4.2 Uji Koefisien Determinan (R <sup>2</sup> ).....	61
3.6 Uji Hipotesis.....	62
3.6.1 Path Analysis/Analisis Jalur.....	62
3.7 Jadwal Penelitian.....	65
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>66</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian dan Penyajian Data.....	66
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	66
4.1.1.1 Sejarah Objek Penelitian.....	66
4.1.1.2 Produk Mie Istan.....	68
4.1.2 Penyajian Data.....	70
4.1.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	70
4.1.2.1.1 Jenis Kelamin Responden Sejarah Objek Penelitian.....	70
4.1.2.1.2 Usia Responden.....	71
4.1.2.1.3 Pekerjaan.....	71
4.1.2.2 Deskripsi Jawaban Responden.....	72
4.1.2.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1).....	72
4.1.2.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Harga Produk (X2).....	73
4.2 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	75
4.2.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	78
4.2.1.1 Uji Validitas.....	78
4.2.1.2 Uji Reliabilitas.....	78
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	80
4.2.2.1 Uji Normalitas.....	81
4.2.2.2 Uji Multikolinieritas.....	81
4.2.2.3 Uji Heterokedastitas.....	82
4.2.2.4 Uji Linieritas.....	83



4.2.3	Path Alalysis/Analisis Jalur.....	84
4.2.3.1	Sub Struktur 1.....	86
4.2.3.1.1	Uji T.....	86
4.2.3.1.2	Uji Koefisien Determinan Sub Struktur 1.....	86
4.2.3.2	Sub Struktur 2.....	87
4.2.3.2.1	Uji T.....	88
4.2.3.2.2	Uji Koefisien Determinan Sub Struktur 2.....	88
4.2.3.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen.....	89
4.2.3.4	Pengaruh Harga Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen.....	91
4.3	Pembahasan.....	93
4.3.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen.....	95
4.3.2	Pengaruh Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	95
4.3.3	Pengaruh Harga Produk Terhadap Loyalitas Konsumen.....	96
4.3.4	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	96
4.4	Matriks Hasil Uji.....	97
	<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>105</b>
5.1	Kesimpulan.....	105
5.2	Saran.....	106
	<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>108</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>110</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Index Penjualan Indomie Tahun 2019-2023.....	5
Gambar 4.1 Hasil Uji Scatter Plot.....	84

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Mie instan tahun 2023.....	4
Tabel 3.1 Skala Likert.....	47
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian.....	65
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	71
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden.....	71
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	72
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Variabel Kaulitas Produk (X1).....	73
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Variabel Harga Produk (X2).....	76
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....	78
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	80
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas .....	81
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas.....	83
Tabel 4.10 Hasil Uji Linieritas.....	85
Tabel 4.11 Hasil Uji T Struktur 1.....	86
Tabel 4.12 Uji Koefisien Determinan Sub Struktur 1.....	87
Tabel 4.13 Hasil Uji T Struktur 2.....	88
Tabel 4.14 Uji Koefisien Determinan Sub Struktur 2.....	89
Tabel 4. 15 Martiks Hasil Uji .....	97

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK MIE INSTAN “INDOMIE GORENG”**

**(Studi Pada Konsumen Mie Instan “Indomie Goreng” di Warmindo  
sarjana UPN)**

**Ririn Putri Anggraeni**

**Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dampak kualitas produk dan harga produk terhadap loyalitas konsumen menggunakan kepuasan konsumen terhadap terhadap konsumen mie instan indomie goreng pada "warmindo sarjana UPN" Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penggunaan teknik accidental sampling sebagai alat untuk menentukan sampel. Penelitian ini menggunakan sampel berjumlah 100 responden. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Indomie Goreng di Warmindo sarjana UPN, yang jumlahnya tidak diketahui (unknown population). Pengedaran google formulir dilakukan sebagai teknik dalam mengumpulkan data yang diperlukan pada penelitian ini. Formulir tersebut kemudian disebarluaskan secara online dengan tujuan supaya penelitian tersebut dapat menjangkau konsumen mie instan indomie goreng pada warmindo sarjana upn. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Pengumpulan data primer tersebut dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner untuk responden. Data dianalisis dengan uji analisis statistik. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh variabel harga terhadap variabel kepuasan konsumen. Selain itu, kepuasan konsumen memberikan pengaruh terhadap loyalitas konsumen. Penelitian ini juga memverifikasi bahwa ditemukan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen. Selain itu kualitas produk juga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen.

**Kata Kunci :** Kualitas Produk ; Harga Produk ; Kepuasan Konsumen ; Loyalitas Konsumen ; Mie Instan ; Indomie Goreng

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND PRODUCT PRICE ON CONSUMER LOYALTY THROUGH CONSUMER SATISFACTION WITH THE PRODUCT "INDOMIE GORENG" INSTANT NOODLES (Study of consumers of "Indomie Goreng" instant noodles in Warmindo UPN graduate)**

**Ririn Putri Anggraeni**

**Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

This research aims to understand the impact of product quality and product price on consumer loyalty using consumer satisfaction with consumers of fried Indomie instant noodles at "Warmindo Bachelor UPN". This research uses a quantitative type of research. Use of accidental sampling technique as a tool to determine the sample. This research used a sample of 100 respondents. The population in this research is consumers of Indomie Goreng at Warmindo under UPN, whose number is unknown (unknown population). Distributing Google forms was carried out as a technique for collecting the data needed for this research. The form was then distributed online with the aim that the research could reach consumers of fried Indomie instant noodles at Warmindo Bachelor UPN. The type of data used is primary data. Primary data collection was carried out by distributing questionnaires to respondents. Data were analyzed using statistical analysis tests. The research results show that there is an influence of the respect variable on the consumer satisfaction variable. Apart from that, consumer satisfaction has an influence on consumer loyalty. This research also verified that it was found that price had no significant effect on customer loyalty through consumer satisfaction. Apart from that, product quality also does not have a significant effect on customer loyalty through consumer satisfaction.

**Keywords:** Product Quality; Product Price; Consumer Satisfaction; Consumer Loyalty; Instant noodles ; Fried Indomie