

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN  
PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN  
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING PADA USAHA WARKOP LANGGANO DI  
KECAMATAN MOJOAGUNG**

**SKRIPSI**



**OLEH :**

**AJIE PANDU SUARGA**  
**NPM. 20042010070**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR  
KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI  
SURABAYA  
2025**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA USAHA  
WARKOP LANGGANO DI KECAMATAN MOJOAGUNG**

Disusun Oleh :

**AJIE PANDU SUARGA**  
NPM. 20042010070

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi!

**PEMBIMBING UTAMA**

  
**Indah Respati Kusumasari, S. Sos., M.Si**  
NIP. 198604172020122007

Mengetahui,

**DEKAN**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**



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

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI**  
**TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN**  
**PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA USAHA**  
**WARKOP LANGGANO DI KECAMATAN MOJOAGUNG**

Disusun Oleh:  
**AJIE PANDU SUARGA**  
NPM. 20042010070

Telah Dipertahankan Dihadapan Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal 17 Januari 2025

Menyetujui,

**PEMBIMBING UTAMA**




**Indah Respati Kusumasari, S. Sos., M.Si**  
NIP. 198604172020122007

**TIM PENGUJI**

1. Ketua

  
**Yanda Bara Kusuma, S.Ab, M.Ab**  
NIP. 198910302020121007

2. Sekretaris

  
**Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM., MA**  
NPT. 2119771204337

3. Anggota

  
**Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si**  
NIP. 198604172020122007

Mengetahui,  
**DEKAN**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**



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

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ajie Pandu Suarga

NPM : 20042010070

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi :

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA USAHA  
WARKOP LANGGANO DI KECAMATAN MOJOAGUNG**

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya yang dibuktikan melalui cek plagiasi dengan ketentuan maksimal 20 persen untuk diajukan sebagai persyaratan memperoleh gelar Strata 1 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 dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya asli saya atau merupakan hasil plagiarism dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Surabaya, 17 Januari 2025

Yang membuat pernyataan



**Ajie Pandu Suarga**

**NPM. 20042010070**

## KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa Syukur dan menghormati atas keberadaan Tuhan yang Maha Esa, serta berkat dan anugrah-Nya yang telah memungkinkan saya menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Warkop Langgano di Kecamatan Mojoagung”.

Saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Indah Respati Kusumasari, S. Sos., M. Si. Selaku pembimbing utama saya dalam penulisan penelitian skripsi ini. Beliau telah memberikan waktu, tenaga, dan pemikirannya dengan baik dalam memberikan bimbingan, petunjuk dan semangat kepada saya. Selain itu, saya ingin mengungkapkan rasa terimakasih kepada:

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, Sos., M.A. Selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu Dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Orang tua, Keluarga, dan seluruh saudara yang selalu mendoakan dan mendukung untuk kesuksesan dalam menyelesaikan skripsi ini

5. Dan seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa terdapat sejumlah kelemahan dan ketidaksempurnaan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, sangat penting untuk menerima kritik, saran, dan masukan yang konstruktif dari berbagai pihak. Diharapkan agar penulisan skripsi ini dapat memberikan nilai tambah dalam hal pengetahuan, bukan hanya bagi penulisnya tapi juga bagi pembaca dan semua individu yang terlibat.

Surabaya, 15 Mei 2024

**Ajie Pandu Suarga**

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	13
2.1 Penelitian Terdahulu .....	13
2.2 Landasan Teori .....	19
2.2.1 Pemasaran .....	19
2.2.2 Harga .....	21

2.2.3 Kualitas produk.....	25
2.2.4 Promosi.....	27
2.2.5 Kepuasan Konsumen.....	30
2.2.6 Loyalitas Pelanggan .....	32
2.3 Kerangka Berpikir .....	33
2.4 Hipotesis .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	36
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	36
3.2.1 Definisi Operasional.....	36
3.2.2 Pengukuran Variabel .....	39
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel .....	40
3.3.1 Populasi .....	40
3.3.2 Sampel.....	41
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel .....	41
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	42
3.4.1 Jenis Data.....	42
3.4.2 Sumber Data .....	42
3.4.3 Pengumpulan Data .....	43
3.5 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	44



3.5.1 Teknik Analisis Data .....	44
3.5.2 Uji Asumsi Klasik .....	46
3.5.4 Uji Statistik .....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	52
4.1 Gambaran Obyek Penelitian dan Penyajian Data.....	52
4.1.1 Gambaran Umum Warkop Langgano.....	52
4.1.2 Penyajian Data .....	54
4.2 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	64
4.2.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	64
4.2.2 Uji Asumsi Klasik .....	68
4.2.3 Analisa Jalur.....	72
4.3 Pembahasan.....	85
DAFTAR PUSTARA .....	98
LAMPIRAN .....	102

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Warkop Langgano (Per-cup) Tahun 2023 .....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 3. 1 Angka Kuesioner .....	40
Tabel 3. 2 Kelas Interval .....	44
Tabel 4. 1 Deskripsi Variabel Harga (X1) .....	57
Tabel 4. 2 Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X2).....	59
Tabel 4. 3 Deskriptif Variabel Promosi (X3).....	60
Tabel 4. 4 Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) .....	61
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (Z).....	63
Tabel 4. 6 Uji Validitas.....	64
Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 4. 8 Uji Multikolinieritas.....	70
Tabel 4. 9 Uji Linearitas .....	72
Tabel 4. 10 Analisa Jalur Model 1 .....	72
Tabel 4. 11 Uji Koefisien Determinasi Sub Sektor 1 .....	75
Tabel 4. 12 Uji Koefisien Determinan Analisa Sub Struktur 2 .....	76
Tabel 4. 13 Uji Koefisien Determinasi.....	79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir .....	33
Gambar 3. 1 Path Analysis .....	49
Gambar 4. 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
Gambar 4. 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia .....	55
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	56
Gambar 4. 4 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov (K-S) .....	68
Gambar 4. 5 Uji Normalitas Histogram Reggression Standardized Residual .....	69
Gambar 4. 6 Uji heteroskedastisitas .....	71
Gambar 4. 7 Jalur Koefisien.....	79

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Data Responden Penelitian.....	102
Lampiran 2 : Pertanyaan Kuesioner.....	103
Lampiran 3 : Tabulasi Data Karakteristik Responden .....	107
Lampiran 4 : Jawaban Responden terhadap Kuesioner Penelitian .....	113
Lampiran 5 : Output SPSS .....	129

## ABSTRAK

### **AJIE PANDU SUARGA, 20042010070, ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA USAHA WARKOP LANGGANO DI KECAMATAN MOJOAGUNG**

Penelitian ini dilatar belakangi oleh fluktuasi penjualan di Warkop Langgano Mojoagung, khususnya penurunan jumlah pembelian sebesar 18,3% pada bulan Februari. Penurunan ini disebabkan oleh musim hujan, kurangnya promosi penjualan, dan tidak adanya layanan online seperti Grabfood atau Gofood. Meskipun harga terjangkau dan kualitas produk baik, kurangnya layanan dan fasilitas dapat mengurangi kepuasan pelanggan, sehingga berpotensi menurunkan loyalitas mereka. Pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di Warkop Langgano Mojoagung. Penelitian ini menggunakan populasi yang tidak terbatas dan sampel sebanyak 123 responden berdasarkan rumus slovin. Metode yang digunakan adalah kuantitatif, dengan data primer dan sekunder, dan analisis menggunakan SPSS pada tingkat signifikansi 0,05. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, kualitas produk, dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Warkop Langgano Mojoagung. Selain itu, ketiga faktor tersebut juga berkontribusi secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan, baik secara langsung maupun melalui kepuasan pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan berperan sebagai mediator yang menghubungkan pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan di Warkop Langgano Mojoagung.

**Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Promosi, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan**

## **ABSTRACT**

**AJIE PANDU SUARGA, 20042010070, ANALYSIS OF THE EFFECT OF PRICE, PRODUCT QUALITY, AND PROMOTION ON CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE IN THE LANGGANO WARKOP BUSINESS IN MOJOAGUNG DISTRICT**

*This study was motivated by sales fluctuations at Warkop Langgano Mojoagung, specifically a decrease in the number of purchases by 18.3% in February. This decline was caused by the rainy season, lack of sales promotion, and the absence of online services such as Grabfood or Gofood. Although prices are affordable and product quality is good, a lack of service and facilities can reduce customer satisfaction, potentially decreasing their loyalty. Customers. The purpose of this study was to analyze the effect of price, product quality, and promotion on customer satisfaction and loyalty at Warkop Langgano Mojoagung. This study uses an unlimited population and a sample of 123 respondents based on the Slovin formula. The method used is quantitative, with primary and secondary data, and analysis using SPSS at a significance level of 0.05. The results showed that price, product quality, and promotion have a significant influence on customer satisfaction at Warkop Langgano Mojoagung. In addition, these three factors also contribute significantly to customer loyalty, both directly and through customer satisfaction. In addition, customer satisfaction acts as a mediator that connects the effect of price, product quality, and promotion on customer loyalty at Warkop Langgano Mojoagung.*

**Keywords : Price, Product Quality, Promotion, Customer Loyalty, Customer Satisfaction**