

**PENGARUH LOKASI DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN DAPUR BU HEPY SURABAYA**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**HILDA MICHELLE MEZAFRIE**

**21012010414/FEB/EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR**

**2025**

**PENGARUH LOKASI DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN DAPUR BU HEPY SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



**Oleh :**

**HILDA MICHELLE MEZAFRIE**

**21012010414/FEB/EM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**

**JAWA TIMUR**

**2025**



**SKRIPSI**  
**PENGARUH LOKASI DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS**  
**PELANGGAN DAPUR BU HEPY SURABAYA**

Disusun Oleh :

**HILDA MICHELLE MEZAFRIE**  
**21012010414/FEB/EM**

Telah Dipertahankan Dihadapan  
Dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal : 29 Agustus 2025

Pembimbing Utama

**Drs. Ec. Supriyono, SE.MM**  
**NIP. 196106261988031001**

Tim Penguji  
Ketua

**Dra.Ec. Siti Aminah, M.M.**  
**NIP. 196801081989031001**

Anggota

**Drs.Ec. Bowo Santoso, M.M.**  
**NIP. 196207282021211001**

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

**Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP.**  
**NIP. 196304201991032001**



### **SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hilda Michelle Mezafrie  
NPM : 21012010414  
Program : Sarjana (S1)  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah ~~Tugas Akhir~~/Skripsi/~~Tesis~~/~~Disertasi~~\* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu Lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/~~Tesis~~/~~Disertasi~~ ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 6 September 2025

Yang Membuat Pernyataan



Hilda Michelle Mezafrie  
NPM. 21012010414

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, sumber segala hikmat dan kekuatan, atas anugerah, penyertaan, dan kasih karunia-Nya yang tak berkesudahan sehingga penulis dapat diperkenankan untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Pengaruh Lokasi dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Dapur Bu Hepy Surabaya**" dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tidak mungkin dapat menyelesaikannya tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si, selaku Koorprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

4. Bapak Drs. Ec. Supriyono, SE.MM, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk memberi masukan, arahan, nasehat, dan motivasi dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Hepy Mezafrie dan Maria Patricia, selaku orang tua penulis, yang telah menjadi sumber kekuatan, motivasi, dan cinta tanpa batas. Terima kasih atas segala doa, dukungan moral, serta pengorbanan yang tiada henti sejak awal hingga proses akhir penyusunan skripsi ini. Tanpa kasih sayang dan ketulusan dari kalian, penulis tidak akan mampu mencapai titik ini.
6. Denisa, Nanda, dan Tifani, selaku teman penulis yang selalu hadir di setiap proses, mendengarkan keluh kesah, serta menjadi teman berbagi suka dan duka selama masa perkuliahan dan penyusunan skripsi ini. Kehadiran kalian sangat berharga dan tidak tergantikan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. sehingga penulis meminta maaf sebesar-besarnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak di masa yang akan datang sebagaimana mestinya.

Surabaya, 14 Agustus 2025

Penulis

## DAFTAR ISI

|                                   |             |
|-----------------------------------|-------------|
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>        | <b>i</b>    |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>            | <b>iiiv</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>         | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>         | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>      | <b>ix</b>   |
| <b>BAB I.....</b>                 | <b>1</b>    |
| <b>PENDAHULUAN.....</b>           | <b>2</b>    |
| 1.1    Latar Belakang .....       | 2           |
| 1.2    Perumusan Masalah .....    | 12          |
| 1.3    Tujuan Penelitian .....    | 12          |
| 1.4    Manfaat Penelitian .....   | 12          |
| <b>BAB II .....</b>               | <b>14</b>   |
| <b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>      | <b>14</b>   |
| 2.1    Penelitian Terdahulu ..... | 14          |
| 2.2    Landasan Teori.....        | 17          |
| 2.2.1    Manajemen Pemasaran..... | 17          |
| 2.2.2    Bauran Pemasaran.....    | 19          |
| 2.2.3    Lokasi.....              | 21          |

|                                    |                                                            |           |
|------------------------------------|------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.2.4                              | Persepsi Harga.....                                        | 24        |
| 2.2.5                              | Loyalitas Pelanggan .....                                  | 26        |
| 2.3                                | Hubungan antar Variabel .....                              | 28        |
| 2.3.1                              | Pengaruh Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan .....         | 28        |
| 2.3.2                              | Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan ..... | 29        |
| 2.4                                | Hipotesis.....                                             | 31        |
| <b>BAB III.....</b>                |                                                            | <b>32</b> |
| <b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b> |                                                            | <b>32</b> |
| 3.1                                | Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....          | 32        |
| 3.1.1                              | Definisi Operasional Variabel.....                         | 32        |
| 3.1.2                              | Teknik Pengukuran Variabel .....                           | 35        |
| 3.2                                | Teknik Pengambilan Sampel.....                             | 36        |
| 3.3.1                              | Populasi .....                                             | 36        |
| 3.3.2                              | Sampel.....                                                | 36        |
| 3.3                                | Teknik Pengumpulan Data.....                               | 37        |
| 3.3.1                              | Jenis Data .....                                           | 37        |
| 3.3.2                              | Sumber Data.....                                           | 38        |
| 3.3.3                              | Metode Pengumpulan Data .....                              | 38        |
| 3.4                                | Metode Analisis dan Uji Hipotesis .....                    | 39        |
| 3.4.1                              | Teknik Analisis .....                                      | 39        |



|                             |                                                             |           |
|-----------------------------|-------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.4.2                       | Cara Kerja PLS .....                                        | 40        |
| 3.4.3                       | Langkah Langkah PLS .....                                   | 40        |
| 3.4.4                       | Asumsi PLS.....                                             | 44        |
| 3.4.5                       | Ukuran Sampel.....                                          | 45        |
| <b>BAB IV</b>               | <b>.....</b>                                                | <b>46</b> |
| <b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> | <b>.....</b>                                                | <b>46</b> |
| 4.1                         | Gambaran Umum Objek Penelitian .....                        | 46        |
| 4.2                         | Karakteristik Responden dan Deskripsi Hasil Penelitian..... | 47        |
| 4.2.1                       | Karakteristik Responden .....                               | 47        |
| 4.2.2                       | Deskripsi Variabel Lokasi.....                              | 49        |
| 4.2.3                       | Deskripsi Variabel Persepsi Harga.....                      | 52        |
| 4.2.4                       | Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan .....                | 55        |
| 4.3                         | Analisis Data .....                                         | 57        |
| 4.3.1                       | Evaluasi Uji Outlier.....                                   | 57        |
| 4.3.2                       | Interpretasi Hasil PLS .....                                | 59        |
| 4.4                         | Pembahasan.....                                             | 69        |
| 4.4.1                       | Pengaruh Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan .....          | 69        |
| 4.4.2                       | Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan .....  | 70        |
| <b>BAB V</b>                | <b>.....</b>                                                | <b>71</b> |
| <b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> | <b>.....</b>                                                | <b>71</b> |

|                            |                  |           |
|----------------------------|------------------|-----------|
| 5.1                        | Kesimpulan ..... | 71        |
| 5.2                        | Saran.....       | 71        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b> |                  | <b>73</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>       |                  | <b>77</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                              |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 Jumlah Pelaku UMKM Indonesia (2018-2023) .....                                   | 3  |
| Gambar 1. 2 Data PDRB Jawa Timur 2023 .....                                                  | 5  |
| Gambar 1. 3 Grafik Penjualan Dapur Bu Hepy tahun 2024 .....                                  | 6  |
| Gambar 1. 4 Ulasan terhadap Lokasi Dapur Bu Hepy .....                                       | 8  |
| Gambar 1. 5 Ulasan terhadap Harga Dapur Bu Hepy .....                                        | 9  |
| <br>                                                                                         |    |
| Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....                                                        | 30 |
| <br>                                                                                         |    |
| Gambar 3. 1 Diagram Jalur .....                                                              | 41 |
| <br>                                                                                         |    |
| Gambar 4. 1 Gambar Outer Model dengan Factor Loading, Path Coefficient, dan<br>R-Square..... | 66 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                       |    |
|-----------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 3. 1 Skala Likert.....                                          | 36 |
| Tabel 4. 1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....     | 47 |
| Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....           | 48 |
| Tabel 4. 3 Hasil Jawaban Responden Variabel Lokasi .....              | 49 |
| Tabel 4. 4 Hasil Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga.....       | 52 |
| Tabel 4. 5 Hasil Jawaban Responden Variabel Loyalitas Pelanggan ..... | 55 |
| Tabel 4. 6 Hasil Uji Outlier Residuals Statistics.....                | 58 |
| Tabel 4. 7 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values).....                | 60 |
| Tabel 4. 8 Average Variance Extracted .....                           | 61 |
| Tabel 4. 9 Cross Loading .....                                        | 63 |
| Tabel 4. 10 Composite Reliability .....                               | 64 |
| Tabel 4. 11 Latent Variable Correlations.....                         | 65 |
| Tabel 4. 12 R-Square.....                                             | 67 |
| Tabel 4. 13 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values).....  | 68 |



## **DAFTAR LAMPIRAN**

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian..... | 76 |
|--------------------------------------|----|

# **PENGARUH LOKASI DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DAPUR BU HEPY SURABAYA**

**Oleh:**

**Hilda Michelle Mezafrie**  
**21012010414/FEB/EM**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi dan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan pada UMKM Dapur Bu Hepy Surabaya, sebuah usaha kuliner yang telah beroperasi selama kurang lebih 10 tahun dan berlokasi di kawasan Gunung Anyar, Surabaya. Latar belakang penelitian didasarkan pada pentingnya peran UMKM dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional, khususnya di sektor makanan dan minuman. Dalam menghadapi persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat, pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan menjadi kunci penting untuk mempertahankan eksistensi usaha.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penyebaran kuesioner kepada 96 responden yang merupakan pelanggan Dapur Bu Hepy. Data dianalisis menggunakan teknik Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik variabel lokasi maupun persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Indikator “kompetisi” pada variabel lokasi dan “daya saing harga” pada variabel persepsi harga menjadi indikator yang paling dominan dalam membentuk loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar Dapur Bu Hepy terus mempertimbangkan faktor-faktor eksternal seperti keberadaan pesaing serta menjaga harga yang kompetitif di pasaran. Strategi pemasaran yang mempertahankan keunggulan lokasi dan persepsi harga yang baik dinilai penting untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku UMKM lain dalam merancang strategi bisnis yang berkelanjutan.

***Kata Kunci: Lokasi; Persepsi Harga; Loyalitas Pelanggan; UMKM***