

**PENGARUH KETERSEDIAAN PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA UMKM GRIYA SNACK
PASURUAN**

SKRIPSI



Oleh:

MOCHAMMAD ISMAIL ALFARIZI
21012010157/FEB/EM

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2025

**PENGARUH KETERSEDIAAN PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA UMKM GRIYA SNACK
PASURUAN**

SKRIPSI

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



Oleh:

MOHAMMAD ISMAIL ALFARIZI
21012010157/FEB/EM

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

2025

SKRIPSI
PENGARUH KETERSEDIAAN PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA UMKM GRIYA SNACK
PASURUAN

Disusun Oleh :

MOCHAMMAD ISMAIL ALFARIZI
21012010157/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 : 1 Desember 2025

Pembimbing Utama


Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma Wardhani, M.M.
NIP. 196310091991032001

Tim Penguji

Ketua


Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si
NIPPPK. 196901132021212003

Anggota


Fani Khoirunnisa, S.E., M.SM.
NIP. 199504302022032014

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 : Mochammad Ismail Alfarizi
NPM : 21012010157
Program : Sarjana(S1)
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi 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 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, 1 Desember 2025
Yang Membuat Pernyataan



Mochammad Ismail Alfarizi
NPM. 21012010157

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"PENGARUH KETERSEDIAAN PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA UMKM GRIYA SNACK PASURUAN."** Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat akademik dalam menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

Penyusunan skripsi ini tentu tidak lepas dari berbagai tantangan dan hambatan yang harus dihadapi. Namun, berkat dukungan, doa, serta bimbingan dari berbagai pihak, penulis akhirnya dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan rasa syukur, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT selaku Tuhan yang saya anut , untuk selalu memberikan karunia dan petunjuk disaat penulis merasa terpuruk dan putus asa. Serta untuk selalu ada di sisi penulis dan dimanapun penulis berada
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT., sebagai Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pratiwi, M.Si. CRP., Sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur sekaligus menjadi dosen wali saya.
4. Ibu Dra. Wiwik Handayani, SE., M.Si., sebagai Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Ibu Dra.Ec.Nuruni Ika Kusuma Wardhani, M.M. sebagai dosen pembimbing penulis yang telah memberikan banyak arahan maupun bantuan secara tulus dan penuh kesabaran selama penulis menyusun skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu dan pembelajaran berharga selama penulis menjalani perkuliahan.
7. Staf Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan segala keperluan administrasi perkuliahan.
8. Kedua orang tua dan keluarga yang telah memberikan doa, perhatian serta dukungan penuh kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Thuram, Wira, Hasan, Mbarok dan teman-teman dari Himpunan Mahasiswa Manajemen yang sudah menemani saya dan menjadi teman dari awal masuk kuliah. Serta senantiasa memberikan dukungan terhadap penulis.

10. Dan yang terakhir terima kasih untuk diri sendiri karena telah mampu atas kerja keras dan berjuang sejauh ini dan semangat sehingga tidak pernah menyerah dalam mengerjakan tugas akhir ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan guna memperbaiki kekurangan yang ada. Akhir kata penulis menyampaikan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca.

Pasuruan, 23 Agustus 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAK.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Manfaat penelitian.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 Penelitian Terdahulu	19
2.2 Tinjauan Teori.....	23
2.2.1 Manajemen Pemasaran	23
2.2.2 Ketersediaan Produk	24
2.2.2.1 Indikator Ketersediaan Produk	26
2.2.3 Persepsi Harga	27
2.2.3.1 Indikator Persepsi Harga	27
2.2.4 Loyalitas Pelanggan	29
2.2.4.1 Indikator Loyalitas Pelanggan	30
2.2.5 Hubungan Antar Variabel.....	31
2.3 Kerangka konseptual	34
2.4 Hipotesis.....	34
BAB III MEETODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	35
3.1.1 Definisi Operasional Variabel	35
3.1.2 Pengukuran Variabel	38

3.2	Teknik Penentuan Sampel	39
3.2.1	Populasi.....	39
3.2.2	Sampel.....	40
3.3	Teknik Pengumpulan Data	41
3.3.1	Jenis Data.....	41
3.3.2	Sumber Data	42
3.3.3	Metode Pengumpulan Data.....	42
3.4	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	43
3.4.1	Teknik Analisis	43
3.4.2	Cara Kerja PLS	44
3.4.3	Model Indikator Formatif dan Reflektif.....	45
3.4.4	Langkah – Langkah PLS.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		57
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	57
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	59
4.2.1	Karakteristik Responden	59
4.2.2	Deskripsi Variabel dan Indikator Penelitian.....	62
4.3	Deskripsi Hasil Analisis Data.....	70
4.3.1	Interpretasi Hasil Olah Data PLS.....	70
4.4	Pembahasan	82
4.4.1	Pengaruh Ketersediaan Produk terhadap Loyalitas Pelanggan	82
4.4.2	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		85
5.1	Kesimpulan	85
5.2	Saran	86
DAFTAR PUSTAKA.....		88
LAMPIRAN		93

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penjualan UMKM Griya Snack Pasuruan.....	3
Tabel 1. 2 Ketersediaan produk UMKM Griya Snack Pasuruan.....	7
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran Ordinal dengan Menggunakan Pembobotan Likert	39
Tabel 4. 1 Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel 4. 2 Komposisi Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4. 3 Frekuensi Jawaban Variabel Ketersediaan Produk	62
Tabel 4. 4 Frekuensi Jawaban Variabel Persepsi Harga	65
Tabel 4. 5 Frekuensi Jawaban Variabel Loyalitas Pelanggan	68
Tabel 4. 6 Outer Loadings (Mean, STDV,T-Values).....	72
Tabel 4. 7 Cross Loading	74
Tabel 4. 8 Average Variance Extracted.....	75
Tabel 4. 9 Composite Reliability	76
Tabel 4. 10 Latent Variabel Correlations	77
Tabel 4. 11 R-Square.....	78
Tabel 4. 12 Path Coefficients (Mean,STDEV,T-Values)	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik penjualan UMKM Griya Snack Pasuruan	4
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	34
Gambar 3. 1 Model Indikator Formatif	46
Gambar 3. 2 Model Indikator Reflektif.....	47
Gambar 3. 3 Diagram Jalur PLS.....	49
Gambar 4. 1 Outer Model dengan Factor Loading, Path Coefficient dan R-Square	70
Gambar 4. 2 Inner Model dengan nilai signifikasi T-Statistic	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisiener Penelitian	93
Lampiran 2. Tabulasi Data Hasil Kuisiener	94
Lampiran 3. Hasil Olah Data PLS.....	94

**PENGARUH KETERSEDIAAN PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA UMKM GRIYA SNACK
PASURUAN**

MOCHAMMAD ISMAIL ALFARIZI
21012010157/FEB/EM

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ketersediaan produk dan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan pada UMKM Griya Snack Pasuruan. Fenomena penurunan penjualan dan keluhan pelanggan terkait keterbatasan stok serta perbedaan persepsi harga dengan kompetitor menjadi latar belakang utama penelitian ini. Faktor ketersediaan produk dan persepsi harga dipandang sebagai aspek strategis dalam menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan, khususnya pada UMKM sektor makanan ringan yang menghadapi persaingan semakin ketat.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner kepada 104 responden pelanggan UMKM Griya Snack Pasuruan. Analisis data dilakukan menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan bantuan software SmartPLS. Variabel independen dalam penelitian ini adalah ketersediaan produk (X1) dan persepsi harga (X2), sedangkan loyalitas pelanggan (Y) menjadi variabel dependen. Instrumen penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum digunakan untuk pengujian hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketersediaan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan nilai path coefficients sebesar 0,521 dan t-statistic 8,999. Persepsi harga juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai path coefficient 0,337 dan t-statistic 4,061. Secara simultan, kedua variabel ini berkontribusi dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, yang menegaskan pentingnya strategi pengelolaan stok produk dan penetapan harga yang sesuai dengan persepsi konsumen. Temuan ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi UMKM dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif untuk mempertahankan daya saing dan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Ketersediaan Produk, Persepsi Harga, Loyalitas Pelanggan, UMKM.