

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**  
( Studi kasus pada Minimarket Ummat Cijoho )

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi Program Studi Manajemen



Disusun oleh :

**EDIN JUNAEDIN**  
**20200510415**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KUNINGAN  
2024**

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN**  
**TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**  
**( Kasus pada Minimarket Ummat Cijoho )**

Disusun Oleh :

**Edin Junaedin**  
**20200510415**

Telah berhasil memertahankan skripsinya pada tanggal 21 Juni 2024 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

**Susunan Dewan Penguji**

Penguji I,



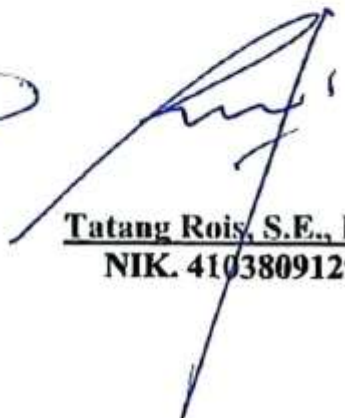
**Dr. Hj Lili Karmela F SE., M.Si.**  
**NIK. 41038971054**

Penguji II,



**Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si.**  
**NIK. 41038971055**

Penguji III,



**Tatang Rois, S.E., M.Si.**  
**NIK. 41038091295**

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN**  
**TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**  
**( Kasus pada Minimarket Ummat Cijoho )**

Disusun Oleh :

**Edin Junaedin**  
**20200510415**

Skripsi ini telah disidangkan pada tanggal 21 Juni 2024

Disetujui Oleh Dosen Pembimbing :

Pembimbing I,

Pembimbing II,



**Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si.**  
**NIK. 41038971055**

**H Ilham Akbar, S.E., M.Si.**  
**NIK. 41038971055**

**Mengetahui :**

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Kuningan

Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



**Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E., M.Si.**  
**NIK. 41028971054**



**Dr. Rina Masruroh, S.E., ME.Sy.**  
**NIK. 41038091296**

## LEMBAR PERNYATAAN OTENTISITAS

*Bismillahirrohmanirohim,*

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap loyalitas Pelanggan” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, Mei 2024

Yang membuat pernyataan



METERAI  
TEMPEL  
7437ALM11173106

**EDIN JUNAEDIN**

**NIM. 20200510415**

## **ABSTRAK**

**Edin Junaedin 20200510415 “Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Minimarket Ummat Cijoho. Dengan Pembimbing I Dr.H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si dan Pembimbing II H. Ilham Akbar, S.E., M.Si Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kuningan, 2024**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode Kuesioner dengan analisis deskriptif dan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada Minimarket Ummat Cijoho. Sampel yang diambil sebanyak 100 karyawan dengan menggunakan sampel Lameshow. Teknik pengumpulan data menggunakan angket dengan skala interval. Data hasil penelitian diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dan Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

**Kata Kunci : Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan**

## ABSTRACT

*Edin Junaedin 20200510415 "The Influence of Price Perceptions and Service Quality on Customer Loyalty at the Ummat Cijoho Minimarket. With Supervisor I Dr.H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si and Supervisor II H. Ilham Akbar, S.E., M.Si Management Study Program, Faculty of Economics, Kuningan University, 2024*

*This research aims to determine the influence of price perceptions and service quality on customer loyalty. The method used in this research is the questionnaire method with descriptive and quantitative analysis. This research was conducted on minimarket ummat in Cijoho. The sample taken was 100 employees using the Lameshow sample. The data collection technique uses a questionnaire with an interval scale. The research data were processed using the SPSS version 23 application. The research results showed that Price Perception partially had a positive and significant effect on Customer Loyalty and Service Quality partially had a positive and significant effect on Customer Loyalty.*

*Keywords: Price Perception, Service Quality, Customer Loyalty*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia beserta taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap loyalitas Pelanggan”**. Penulis berharap proposal penelitian yang telah dibuat ini dapat menjadi bahan acuan untuk tahap penelitian yang akan dilakukan mendatang. Penulis menyadari bahwasannya baik dalam penyusunan maupun penulisan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan dan juga tahap penelitian selanjutnya.

Semoga proposal penelitian ini dapat memenuhi sebagai syarat memperoleh gelar sarjana ekonomi. Penelitian Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Kuningan, Januari 2024

**Edin Junaedin**  
**20200510415**

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan berkah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan. Rasa terima kasih yang tak terhingga untuk orang tua dan keluarga besarku yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan doa selama ini. Pada kesempatan ini, dengan kerendahan hati peneliti menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua yang selalu membantu secara moral dan materi serta selalu mengiringi dengan doa yang tidak pernah berhenti dan dorongan motivasi sehingga saya bisa menyelesaikan perkuliahan ini.
2. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Kuningan.
3. Dr. Hj. Lili Karmela F., S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
4. Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
5. Dr. Dikdik Harjadi, M.Si, selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan pikiran nya dalam mengarahkan, membimbing, dan membina penulis hingga skripsi ini dapat selesai.
6. H Ilham Akbar, SE., M.E.Si selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran nya dalam mengarahkan, membimbing, dan membina penulis hingga skripsi ini dapat selesai.



7. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang telah dengan ikhlas memberikan ilmu dan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama perkuliahan. Tak lupa Staf TU atas bantuan dan kerjasamanya.
8. Bapak Swandi dan Dede Iriyawan , selaku pimpinan Toko Ummat Cijoho Kuningan yang telah memberikan izin penelitian.
9. Segenap Karyawan Toko Ummat Cijoho Kuningan yang telah membantu dan memperbolehkan saya ikut dalam beraktivitas bersama karyawan.
10. Terima Kasih kepada Bapa, Mamah, adik dan kaka tercinta yang selalu mendoakan dan memberikan kasih sayang, nasihat, dan dorongan motivasi sehingga ini dapat terselesaikan pada waktunya.
11. Terima Kasih kepada seluruh keluarga besar Sadulur Squad dan keluarga besar Andre Wijaya yang telah menjadi pendorong yang paling hebat dan sangat kuat.
12. Untuk sahabat seperjuangan saya (Manajemen 13 yang paling hebat dan juga yang masih kuat sampai detik ini Muslim Salim Falah Hibatullah, Anhara, Nida, Nurdiah, The Ica, Alifia dan yang terakhir Ceu Popon/Nopi Anggraeni ), untuk Abang Iyan dan kawan-kawan yang selalu menyemangati dan samasama berjuang untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. Untuk sahabat yang di Saung Duren Akherat Andre Wijaya, Rafi Ismail, Farel Dafa, Wa Nti, Wa Putri Wa Tasya, dan Neng Ila. Teruntuk sahabat Ngoloyong Moch fajrin.
14. Untuk sahabat pasea Andre Wijaya saya ucapkan terimakasih banyak atas waktu dan ruang dan atas kesabaran dan kebaikan selama ini, dan juga untuk mamah dan bapaknya saya ucapkan terimakasih banyak atas segalanya yang

telah di bebaskan semoga bisa sukses, bahagia dengan kesehatan yang nikmat beserta beribadah yang istiqomah.

15. Kepada semua Teman – teman KKN 45 Banjaransari, yang telah memberikan warna dalam proses memenuhi persyaratan perkuliahan.

16. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu oleh penulis yang telah memberikan dorongan semangat kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan bantuan yang telah diberikan kepada peneliti dengan limpahan pahala dan rahmat-Nya, *aamiin*.

Kuningan, Mei 2024

Peneliti

**Edin Junaedin**  
**20200510415**

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b>	
<b>LEMBAR PERNYATAAN OTENSITAS</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan.....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>10</b>
2.1 Landasan Teori .....	10
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.2. Persepsi Harga.....	12
2.1.2.1. Pengertian Persepsi Harga.....	12
2.1.2.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Persepsi Harga.....	13
2.1.2.3. Indikator Persepsi Harga.....	14
2.1.3. Kualitas Pelayanan .....	14
2.1.3.1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	14
2.1.3.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas Pelayanan.....	15
2.1.3.3. Indikator Kualitas Kualitas Pelayanan .....	16
2.1.4. Loyalitas Pelanggan.....	16
2.1.4.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	16
2.1.4.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	17

2.1.4.1.	Indikator Loyalitas Pelanggan.....	18
2.2	Penelitian Terdahulu .....	19
2.2.1.	Hubungan antar variabel .....	23
2.2.1.1.	Hubungan Persepsi Harga dengan Loyalitas Pelanggan.....	23
2.2.1.2.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	24
2.2.1.3.	Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan .....	24
2.3	Kerangka Berpikir .....	25
2.4	Hipotesis .....	27
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
3.1.	Metode Penelitian.....	28
3.2.	Definisi Variabel .....	29
3.3.	Oprasional Variabel.....	30
3.4.	Populasi dan Sampel.....	31
3.4.1.	Populasi.....	31
3.4.2.	Sampel.....	31
3.5.	Jenis dan Sumber Data .....	33
3.4.1.	Jenis Data .....	33
3.4.2.	Sumber Data.....	33
3.6.	Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.5.1.	Observasi.....	34
3.5.2.	Kuesioner .....	34
3.5.3.	Uji Instrumen .....	35
3.5.4.	Uji Validitas .....	35
3.5.4.1.	Hasil Uji Validita Variabel Persepsi Harga (X1) .....	36
3.5.4.2.	Hasil Uji Validita Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	37
3.5.4.3.	Hasil Uji Validita Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	37
3.5.5.	Uji Realibilitas .....	38
3.5.5.1.	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Harga (X1).....	39
3.5.5.2.	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2) .....	40
3.5.5.3.	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) .....	40

3.7.	Teknik Analisis Data .....	40
3.6.1.	Analisi Deskriptif .....	41
3.6.2.	Uji Multikolinieritas .....	42
3.6.3.	Uji Heteroskedastisitas .....	42
3.6.4.	Analisis Regresi Berganda .....	42
3.6.5.	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	43
3.8.	Uji Hipotesis .....	44
3.7.1.	Uji F (Uji Simultan) .....	44
3.7.2.	Uji t (Uji Parsial) .....	45
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>47</b>
4.1.	Hasil Penelitian.....	47
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
4.1.1.1.	Sejarah Singkat Toko Ummat Cijoho Kuningan.....	47
4.1.1.2.	Nilai dan Budaya Toko Ummat Cijoho Kuningan .....	48
	Bertaqwa .....	48
4.1.1.3.	Struktur Organisasi.....	49
4.1.2	Gambaran Karakteristik Responden .....	50
4.1.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
4.1.2.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	51
4.1.2.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
4.1.3	Analisis Deskriptif .....	52
4.1.3.1.	Analisis Deskriptif Persepsi Harga (X1).....	53
4.1.3.2.	Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan (X2) .....	55
4.1.3.3.	Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan (Y).....	57
4.1.4	Uji Asumsi Klasik.....	59
4.1.4.1.	Uji Normalitas .....	59
4.1.4.2.	Uji Multikolinieritas .....	60
4.1.5	Analisis Regresi Linear Berganda .....	61
4.1.6	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	62
4.1.7	Uji Hipotesis .....	63
4.1.7.1	Uji Simultan (F).....	63

4.1.7.2 Uji Parsial (t) .....	64
4.2. Pembahasan .....	65
4.2.1. Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	66
4.2.2. Pengaruh Persepsi Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	67
4.2.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	68
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>70</b>
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN.....</b>	<b>76</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1. 1 Data Penjualan Toko Ummat Cijoho Kuningan .....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	31
Tabel 3. 2 Uji Validitas Variabel Persepsi Harga .....	37
Tabel 3. 3 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	38
Tabel 3. 4 Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	38
Tabel 3. 5 Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Harga .....	40
Tabel 3. 6 Uji Realibilitas Kualitas Pelayanan.....	41
Tabel 3. 7 Uji Realibilitas Loyalitas Pelanggan.....	41
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin .....	50
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. 1 Data Penjualan Toko Ummat .....	5
Gambar 2. 1 Paradigma Penelitian.....	27
Gambar 4. 1 Gambar Kedudukan Persepsi Harga Dalam Kriteriaum .....	54
Gambar 4. 2 Gambar Kedudukan Kualitas Pelayanan Dalam Kriteriaum .....	56
Gambar 4. 3 Gambar Kedudukan Loyalitas Pelanggan Dalam Kriteriaum.....	58



## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran I : Berita Acara Bimbingan Skripsi  
Surat Pengantar Bimbingan  
Surat Ijin Penelitian
- Lampiran II : Surat Pengantar Kuisisioner  
Kuesioner
- Lampiran III : Data Hasil Perhitungan Kuesioner  
Data Primer Hasil Perhitungan Kuesioner
- Lampiran IV : Output Hasil Uji Validitas SPSS versi 23.0  
Output Hasil Uji Reliabilitas SPSS versi 23.0  
Output Hasil Uji Deskriptif SPSS versi 23.0  
Output Hasil Uji Normalitas SPSS versi 23.0  
Output Hasil Uji Heteroskedastisitas SPSS versi 23.0  
Output Hasil Uji Regresi Linear Berganda SPSS versi 23.0  
Output Hasil Uji Koefisien Determinasi SPSS versi 23.0  
Output Hasil Uji Simultan F SPSS versi 23.0  
Output Hasil Uji Simultan T SPSS versi 23.0
- Lampiran V : Tabel f (taraf signifikan 0,05)  
Tabel t (taraf signifikan 0,05)  
Tabel r (taraf signifikan 0,05)  
Tabel Durbin Waston (taraf signifikan 0,05)
- Lampiran VI : Daftar Riwayat Hidup