

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan perdagangan pada era globalisasi saat ini tidak dapat dipungkiri tidak dapat dipisahkan dari persaingan yang semakin ketat dalam memasarkan produk dan jasa. Hal itu dibuktikan dengan aktivitas sektor industri manufaktur di tanah air masih cukup menggeliat hingga tutup tahun 2021, sejalan dengan meningkatnya produksi dan permintaan pasar ekspor. Hal ini tercermin dari capaian Purchasing Managers' Index (PMI) Manufaktur Indonesia pada bulan Desember sebesar 53,5 atau masih di atas level ekspansif (50), berdasarkan hasil survei IHS (*Information Handling Services*) Markit.<sup>2</sup> Melihat data tersebut setiap perusahaan dituntut untuk selalu berinovasi terhadap produk maupun jasanya yang dimilikinya agar mampu bertahan dari kerasnya persaingan dan mampu menarik perhatian dari para pelanggan dari produk yang mereka tawarkan. Namun hal yang perlu diperhatikan sebelum merancang inovasi, seseorang harus terlebih dahulu memahami segmentasi serta target mana saja yang harus dibidik. Selain tiap perusahaan dituntut untuk lebih mampu berinovasi, perusahaan juga diharapkan mampu memasarkan produk atau jasanya kepada calon pelanggan, dengan tujuan agar produk tersebut dapat lebih dikenal oleh masyarakat.<sup>3</sup>

Seiring dengan persaingan di dunia usaha yang semakin ketat dalam

---

<sup>2</sup> <https://www.kemenperin.go.id/artikel/23069/Masih-Ekspansif.-PMI-Manufaktur-Indonesia-Ungguli-Thailand-dan-China>, diakses 04, Januari, 2021.

<sup>3</sup> RW. Suparyanto dan Rosad, *Manajemen Pemasaran* (Bogor; IN MEDIA, 2015), hal. 3

memasarkan produk mereka sehingga menarik minat pasar, di samping itu perusahaan juga dituntut menerapkan konsep pemasaran yang jelas dan sesuai dengan segmen pasar yang menjadi fokusnya agar tetap jelas dan sesuai dengan kondisi segmen pasar yang menjadi fokusnya agar tetap berkopetensi dengan perusahaan- perusahaan lain serta mampu menjaga posisi kompetitif perusahaan.

Dalam sejarah manusia dalam memenuhi kebutuhannya, ada pihak yang meminta dan ada yang menawarkan. Pemasaran menarik perhatian yang sangat besar baik dari perusahaan, lembaga maupun antar bangsa. Bergesernya sifat dari distribusi dan penjualan menjadi pemasaran dalam suatu kebulatan. Berbagai organisasi dalam melaksanakan pemasaran seperti lembaga-lembaga pemerintah, organisasi keagamaan dan lain-lain memandangkan pemasaran sebagai suatu cara baru untuk berhubungan dengan masyarakat umum. Umumnya negara-negara sedang berkembang mempelajari dan berusaha memperbaiki cara bersaing yang lebih baik dalam pemasaran dunia, baik dilakukan dengan cara penelitian, promosi dalam usaha memasarkan dan mendistribusikan barang-barang produknya.<sup>4</sup>

Perusahaan pada umumnya mempunyai tujuan utama, yaitu untuk mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin. Dengan adanya persaingan dunia bisnis yang semakin ketat, disamping perubahan kondisi ekonomi seperti perubahan pendapatan, daya beli, selera, kebutuhan dan keinginan masyarakat yang nantinya mempengaruhi perilaku seseorang sebagai

---

<sup>4</sup> M.Mursid, "Manajemen Pemasaran", (Jakarta: Bumi Aksara, 2014) hal. 3

pelanggan barang dan jasa, maka perusahaan dituntut untuk selalu mengantisipasi perubahan yang terjadi, baik lingkungan internal maupun eksternal, sehingga perusahaan dapat tetap bertahan dan mampu bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis. Memahami perilaku pelanggan merupakan permasalahan yang kompleks karena pelanggan terdiri dari beberapa segmen, gaya hidup dan kepribadian yang berbeda sehingga pemasar memerlukan riset yang komprehensif untuk bisa menentukan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu pemasar perlu menentukan segmen pasar lebih awal dalam daur hidup mereka.

Keberhasilan atau kemajuan suatu perusahaan tidaklah lepas dari kepuasan pelanggan. Adapun cara dalam menciptakan kepuasan pelanggan itu dengan memberikan pelayanan yang baik, memberikan variasi produk untuk dapat menemukan keseluruhan harapan pelanggan dan melakukan promosi yang dapat meyakinkan pelanggan. Apabila itu terwujud, maka dapat dipastikan pelanggan akan merasa puas dan terdorong untuk menjadi pelanggan yang loyal karena pelanggan dianggap sebagai raja sehingga perusahaan harus memenuhi segala keinginan anggota.

Produk dapat dibedakan menjadi 2 yaitu produk barang (berwujud) dan produk jasa (tidak berwujud).<sup>5</sup> Produk barang (berwujud) yaitu, “produk yang berwujud fisik sehingga bias dilihat, disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dan diperlakukan fisik lainnya”. Dengan begitu produk-produk akan mampu bersaing dipasaran, sehingga menjadikan pelanggan memiliki banyak

---

<sup>5</sup> Bilso Simamora, *Aura Merek*, ( Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002), hal.23

alternative pilihan produk. Kemudian keunggulan-keunggulan dari produk dapat diketahui oleh pelanggan dan bias membuat pelanggan tertarik untuk mencoba, membeli produk, dan menikmatinya.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki pelanggan. Sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan tersebut. Salah satu tindakan untuk memuaskan pelanggan adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan sebaik-baiknya. Semakin tinggi tingkat kualitas semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas jika sistem layanan sesuai yang diharapkan pelanggan, sebaliknya pelanggan akan merasa kecewa jika sistem layanan yang diberikan tidak sesuai dengan yang diharapkan pelanggan. Ini akan menimbulkan tingkat kepuasan pelanggan menurun dan berpengaruh terhadap tingkat loyalitas pelanggan juga menurun.

Salah satu usaha yang memiliki persaingan yang ketat saat ini adalah bisnis bahan bangunan, dimana pada saat ini pertumbuhan pembangunan di kalangan masyarakat sangat bagus dan merupakan salah satu kebutuhan manusia yang paling mendasar. Berdasarkan RKPD (Rencana Kerja Pemerintah Daerah) Kab. Blitar tahun 2019 BPS mencatat pertumbuhan sektor Kontruksi kab. Blitar dari tahun 2015, 2016 dan 2017 yaitu sebesar 3,62%, 5,79% dan 7,27% data ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam bidang konstruksi yang berbanding lurus dengan kebutuhan penyediaan bahan

bangunan di Kabupaten Blitar sendiri.<sup>6</sup>

Penelitian ini bertempat di toko bangunan Se Kelurahan Satreyan, Satreyan sendiri merupakan salah satu wilayah di Kecamatan Kanigoro, tepatnya merupakan bagian dari Desa/Kelurahan di Kecamatan Kanigoro, termasuk kelurahan penyangga di pusat ibu kota kabupaten Blitar, sebagai kelurahan penyangga, aktifitas prekonomian di kelurahan satreyan bisa dibilang lumayan pesat perkembangannya apalagi semenjak adanya beberapa kantor instansi pemerintahan yang di pindah ke kelurahan Satreyan sedikit banyak mendorong meningkatnya geliat prekonomian di Kelurahan Satreyan, selain itu sebagai wilayah penyangga ibu Kota Kabupaten, kelurahan Satreyan juga mengalami perkembangan pesat dalam bidang pembangunan, hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah pembangunan perumahan di kelurahan satreyan, disinilah mulai banyak bermunculan toko-toko bangunan baru di wilayah Kelurahan Satreyan, dengan semakin banyaknya toko bangunan tersebut mendorong terjadinya persaingan antar toko bangunan satu dengan toko bangunan lainnya, hal inilah yang mendorong penulis untuk meneliti bagaimana cara mereka melayani pelanggan, bagaimana cara mereka menjaga kualitas barang, bagaimana menjaga harga agar dapat bersaing dengan toko bangunan lain, yang berimplikasi pada loyalitas pelanggan mereka.

Dalam penelitian ini Kualitas produk digunakan sebagai tolak ukur pada usaha bisnis, apakah dalam bisnis ini sudah menjamin kualitas produk yang dijual kepada para pelanggan serta faktor apa saja yang menjamin

---

<sup>6</sup> <https://www.blitarkab.go.id/wp-content/uploads/2020/07/RKPD-KABUPATEN-BLITAR-2019>, diakses 23 Desember 2021

kualitas produk tersebut. toko bangunan Se Kelurahan Satreyan selalu menjamin kondisi barang melalui sistem barang yang datang dahulu juga harus keluar atau terjual terlebih dahulu. Terjaminnya Kualitas produk ini terbukti dengan banyaknya pelanggan dari toko bangunan Se Kelurahan Satreyan yang setiap hari memadati tokom toko bangunan, sehingga orang-orang harus bersabar berdiri dan antri untuk dapat membeli kebutuhan bahan bangunan mereka.

Kualitas Pelayanan menjadi penting karena dapat dijadikan gambaran apakah pelayanan yang diberikan oleh toko bangunan ini telah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan toko bangunan Se Kelurahan Satreyan, oleh karena itu usaha semaksimal mungkin untuk selalu menghadirkan keramahan, kecepatan dan ketepatan dalam melayani pelanggan perlu dilakukan, karena mereka berkeyakinan bahwa pelayan yang baik merupakan gambaran pertama dari bagaimana sudut pandang pelanggan menilai terhadap toko bangunan, maka dari itu kualitas pelayanan selalu menjadi perhatian utama bagi pemilik toko bangunan Se Kelurahan Satreyan, karena hal inilah yang menjadi salah satu tolak ukur pembeli mau Kembali membeli di toko bangunan tersebut.

Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan penggunaan suatu barang atau jasa.<sup>7</sup> Agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan atau organisasi harus menetapkan harga secara tepat. Dimana tinggi rendahnya harga yang diberikan kepada

---

<sup>7</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), hal. 151.

pelanggan berpengaruh terhadap laku atau tidaknya suatu produk di pasaran.

Logikanya para pelanggan pasti akan membeli suatu produk dengan harga yang relative terjangkau dengan kualitas produk yang baik. sehingga apabila pelanggan membeli produk dengan harga yang relative murah dan berkualitas baik pastinya akan memberi dampak pada kepuasan para pelanggan. Untuk itu harga juga memainkan peranan yang penting dalam mengkomunikasikan kualitas dari produk tersebut.

Harga juga menjadi salah satu pertimbangan pelanggan dalam membeli produk. Harga merupakan apa yang harus diberikan oleh pelanggan (pembeli) untuk mendapatkan suatu produk. Harga adalah sejumlah nilai (dalam bentuk mata uang) yang harus dibayar pelanggan untuk membeli atau menikmati barang atau jasa. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya suatu produk atau jasa yang ditawarkan.<sup>8</sup>

Harga juga merupakan factor penentu dari kemampuan toko bangunan Se Kelurahan Satreyan agar dapat bersaing dengan harga yang selalu bersaing dengan toko lainya diharapkan pelanggan akan tetap menjadikan toko bangunan Se Kelurahan Satreyan sebagai pilihan utama yang berimplikasi pada lahirnya loyalitas pelanggan yang telah cocok dengan harga barang yang diberikan oleh pemilik toko bangunan Se Kelurahan Satreyan, inilah yang juga menjadi salah satu fokus pemilik toko bangunan Se Kelurahan Satreyan untuk tetap menjaga kepercayaan ataupun loyalitas yang telah

---

<sup>8</sup> Kasmir, *Kewirausahaan*.(Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2008),hal,175.

pemilik toko bangunan dapatkan.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Robith Fahrur Rozi<sup>9</sup>, 2020 bertujuan untuk mengetahui hubungan yang signifikan harga terhadap kepuasan konsumen, untuk mengetahui hubungan yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, untuk mengetahui hubungan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Serta untuk mengetahui hubungan secara bersama-sama antara harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Gerai Rocket Chicken Tulungagung Cabang Jepun.

Hal yang kemudian dapat menjadi garis pembeda antar penelitian kami dengan penelitian sebelumnya tempat yang kami gunakan sebagai objek penelitian adalah seluruh toko bangunan yang tentunya telah kami pilih berdasar kriteria yang telah kami tentukan, selain itu kami lebih berfokus pada loyalitas pelang sebagai variabel independen kami, yang artinya sangatlah berbeda dengan variabel independen yang digunakan oleh saudara Robith Fahrur Rozi yang menggunakan kepuasan pelanggan sebagai variabel independenya.

Penelitian yang dilakukan oleh Ropinov Saputra,<sup>10</sup> Universitas Diponegoro Semarang, 2010, *Skripsi* kuantitatif dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan pelanggan

---

<sup>9</sup> Robith Fahrur Rozi, pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Gerai Rocket Chicken Tulungagung Cabang Jepun, (Tulungagung, *Skripsi* Tidak Diterbitkan, 2020), hal. 122

<sup>10</sup> Ropinov Saputra, Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Nusantara Sakti Demak, (Semarang, *Skripsi* Tidak Diterbitkan, 2010), hal. 53

terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Nusantara Sakti Demak". dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan yang signifikan Kepercayaan pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan, untuk mengetahui hubungan yang signifikan kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan, untuk mengetahui hubungan signifikan kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Serta untuk mengetahui hubungan secara bersama-sama antara Kepercayaan pelanggan, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Nusantara Sakti Demak, Hasil dari penelitian ini yaitu variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan PT. Nusantara Sakti Demak.

Dalam penelitian pembeda antar penelitian kami dengan penelitian yang dilakukan oleh Ropinov Saputra adalah tempat yang kami gunakan sebagai objek penelitian adalah seluruh toko bangunan yang tentunya telah kami pilih berdasar kriteria yang telah kami tentukan sementara saudara Ropinov Saputra bertempat di PT. Nusantara Sakti Demak , selain itu kami lebih berfokus pada Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga sebagai variabel dependen kami, yang artinya sedikit berbeda dengan variabel dependen yang digunakan oleh saudara Ropinov Saputra yang menggunakan Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan pelanggan sebagai variabel dependennya.

Selanjutnya penelitian oleh Novandianto,<sup>11</sup> Universitas Airlangga Surabaya, 2007, Skripsi kuantitatif dengan judul Pengaruh Atribut Produk dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Golf Pangkalan Jati (PGPJ) Surabaya. dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan yang signifikan Atribut Produk terhadap Loyalitas Pelanggan, selain itu juga bertujuan untuk mengetahui hubungan yang signifikan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan, Serta untuk mengetahui hubungan secara bersama-sama antara Atribut Produk dan kualitas produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Golf Pangkalan Jati (PGPJ) Surabaya, Yang kemudian hasil dari penelitian ini yaitu ada pengaruh yang signifikan dari atribut produk dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

Hal yang kemudian menjadi pembeda antar penelitian kami dengan penelitian Novandianto ialah tempat yang kami gunakan sebagai objek penelitian adalah seluruh toko bangunan di Kelurahan Satreyan, sementara Novandianto bertempat pada Golf Pangkalan Jati (PGPJ) Surabaya, selain itu kami lebih berfokus pada 3 variabel dependen yaitu Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga sementara pada penelitian Novandianto hanya memiliki 2 variabel dependen yaitu Atribut Produk dan Kualitas Layanan , yang artinya sangatlah berbeda variabel dependen kami dengan milik saudara Novandianto.

Maka pada pembahasan ini berkonsentrasi pada Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Harga yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Berdasarkan latar belakang tersebut, untuk itu penulis akan membahas lebih

---

<sup>11</sup> Novandianto, Pengaruh Atribut Produk dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Golf Pangkalan Jati (PGPJ), (Surabaya, *Skripsi* Tidak Diterbitkan, 2007), hal. 23

jauh mengenai tema ini dengan memilih judul “**Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas pelanggan (Studi Kasus Di Toko Bangunan Se Kelurahan Satreyan) ”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Dalam penelitian ini dibahas mengenai identifikasi cakupan yang mungkin muncul dalam penelitian dan pembatasan masalah, agar pembahasannya lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang akan capai yaitu mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, Identifikasi masalah yang muncul antara lain adalah:

1. Semakin ketatnya persaingan bisnis dalam bidang penjualan makanan bahan bangunan yang saling berkompetisi untuk memperoleh pelanggan.
2. Strategi harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh toko bangunan Se Kelurahan satreyan untuk memepertahankan dan memperoleh pelanggan.
3. Besarnya pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan oleh toko bangunan Se Kelurahan satreyan.

## **C. Rumusan Masalah**

1. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada produk toko bangunan Se Kelurahan Satreyan?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada produk toko bangunan Se Kelurahan Satreyan?

3. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada produk toko bangunan Se Kelurahan Satreyan?
4. Pengaruh manakah yang paling dominan antara kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada produk toko bangunan Se Kelurahan Satreyan?
5. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada produk toko bangunan Se Kelurahan Satreyan?

**D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menguji bahwa kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada produk toko bangunan Se Kelurahan Satreyan?
2. Untuk menguji bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada produk toko bangunan Se Kelurahan Satreyan?
3. Untuk menguji bahwa harga berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada produk toko bangunan Se Kelurahan Satreyan?
4. Untuk menguji pengaruh manakah yang paling dominan antara kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada produk toko bangunan Se Kelurahan Satreyan?
5. Untuk menguji bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada produk toko bangunan Se Kelurahan Satreyan?

## **E. Kegunaan Penelitian**

Hasil yang diharapkan dari penelitian ini antara lain mampu memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis, antara lain adalah sebagai berikut:

### 1) Kegunaan teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menguatkan teori-teori tentang pemasaran, khususnya loyalitas pelanggan.

### 2) Kegunaan Praktis

- a. Bagi pemilik toko bangunan Se Kelurahan Satreyan diharapkan mampu memberikan manfaat serta masukan dalam mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada toko bangunan Se Kelurahan Satreyan.
- b. Bagi pihak akademik diharapkan dapat menambah perbendaharaan perpustakaan UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.
- c. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat digunakan sebagai referensi sekaligus sebagai pengembangan penelitian yang akan datang.

## **F. Ruang Lingkup penelitian dan Keterbatasan Penelitian**

Ruang lingkup yang akan dibahas dalam penelitian ini antara lain adalah:

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdapat empat variabel yaitu:

- a. Variabel bebas meliputi: variabel kualitas pelayanan (X1), variabel kualitas produk (X2) dan Harga (X3).
  - b. Satu variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan (Y)
2. Keterbatasan
- a. Karena adanya beberapa keterbatasan dari peneliti yang termasuk didalamnya adalah keterbatasan waktu dan biaya, peneliti hanya mengambil beberapa sampel dari pelanggan atau pembeli pada toko bangunan Se Kelurahan Satreyan dengan ketentuan-ketentuan yang sesuai dengan bab tiga.
  - b. Metode pengumpulan data menggunakan metode kuesioner.
  - c. Penelitian ini hanya mencangkup tentang pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan toko bangunan Se Kelurahan Satreyan.

## **G. Penegasan Istilah**

### 1. Secara Konseptual

Secara konseptual, yang dimaksud dengan “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Terhadap Loyalitas Pelanggan” adalah sebagai berikut:

#### a. Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan merupakan pelayanan merupakan rasa yang menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai keramahan dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan mereka.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: Raja Grafindo, 2005), 15.

b. Kualitas Produk (X2)

Kualitas produk merupakan keseluruhan gabungan dari beberapa karakteristik produk yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa dan pemeliharaan yang menjadikan produk terkait mampu memenuhi keinginan pelanggan.<sup>13</sup>

c. Harga (X3)

Harga merupakan sejumlah uang atau dapat di tambahkan dengan barang jika memungkinkan, yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta pelayanannya.<sup>14</sup>

d. Loyalitas pelanggan (Y)

suatu komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok berdasarkan sikap positif dan tercermin dari pembelian yang konsisten.<sup>15</sup>

## H. Sistematika Penulisan *Skripsi*

Dalam penulisan penelitian ini, sistematika pembahasan *Skripsi* disajikan dengan 6 (enam) bab, dan disetiap babnya terdapat beberapa sub bab sebagai perincian dari beberapa bab terkait.

BAB I Penadahuluan, terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan *Skripsi*.

---

<sup>13</sup> Toni Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa: Desain Servqual, QFD, dan Kano Disertai Contoh Aplikasi Dalam Kasus Penelitian*, (Jakarta Barat: PT. Indeks, tt) hal. 11.

<sup>14</sup> Basu Swastha, *Azas-Azas Marketing*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 1999), hal. 47.

<sup>15</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas, Jilid I* (Jakarta: Erlangga, 2009), 138.

BAB II Landasan teori, membahas tentang penjabaran dasar dari beberapa teori yang digunakan dalam penelitian, adapun teori yang digunakan adalah teori mengenai harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Selain itu juga terdapat penelitian terdahulu sebagai perbandingan dalam penelitian ini, kerangka berfikir penelitian dan hipotesis penelitian di akhir bab.

BAB III Metode penelitian, terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian serta analisis data.

BAB IV Hasil penelitian, de*Skripsi* data dan pengujian hipotesis serta temuan penelitian.

BAB V Pembahasan, dalam penelitian ini merupakan jawaban dari hipotesis yang diteliti.

BAB VI Penutup, dalam bab ini dikemukakan kesimpulan dari hasil pembahasan, implikasi penelitian dan memberikan saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan