

**ANALISIS PENGARUH KETERSEDIAAN PRODUK HALAL, HARGA DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI ASSALAM  
HYPERMART SUKOHARJO**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana

Ekonomi Jurusan Manajemen Pada

Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

**MUHAMMAD IQBAL NUROHMAN**

**B100110065**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2015**

## HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH KETERSEDIAAN PRODUK HALAL, HARGA,  
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI  
ASSALAM HYPERMART SUKOHARJO**

Yang disusun oleh :

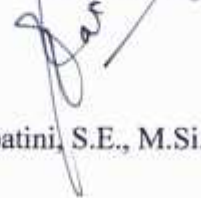
**MUHAMMAD IQBAL NUROHMAN**

**B 100 110065**

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Juni 2015

Pembimbing



(Soepatini, S.E., M.Si., Ph.D.)

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Universitas Muhammadiyah Surakarta**



(Dr. Triyono, SE, MSi)



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417**  
**Surakarta – 57102**

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : MUHAMMAD IQBAL NUROHMAN

NIRM : 11.6.106.02016.500065

Jurusan : MANAJEMEN

Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH KETERSEDIAAN PRODUK HALAL, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI ASSALAM HYPERMART SUKOHARJO

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, ..... 5 ..... Juni 2015  
Yang membuat pernyataan,

MUHAMMAD IQBAL N

## **MOTTO**

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh – sungguh (urusan yang lain. Dan hanya kepada Tuhanmu lah hendaknya kamu berharap.

(QS. Al- Insyiroh : 6-7)

Miracle is another word for a hard work (kim tae joon)

Man Jadda Wajadda

Setiap ada kemauan pasti ada jalan (Negeri Van Orange)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini penulis persembahkan untuk

1. Allah SWT, Yang Maha Luas dan Maha Menguasai. Tanpa niat yang lurus, tulisan ini tidak akan bermakna dihadapan-Nya
2. Rasulullah SAW, semoga sholawat serta salam senantiasa tercurah kepadanya dan kita termasuk golongan yang istiqomah berada di jalannya
3. Untuk kedua orang tua ku yang selalu mendukung dan mendoakan.
4. Adiku Khory dan Sinta
5. Bu Soepatini yang selalu sabar membimbingku dalam pengerjaan skripsi.
6. Keluarga pesma Isvan, Ducha, Ilham, Nandra, Gilang, Nanda, Tinton, Nugroho, Agung dll.
7. Orang yang aku cintai.
8. Sahabat ku Huda, Mudir dan Adit .
9. Teman-teman MUEC Tohir, Suci, Wury, Resky, Rendra, Wulan, Adik Silvi dan semuanya MUECER ALL yang telah mendukungku sampai sekarang.
10. Keluarga besar Mentoring FEB tahun 2011 hingga 2015, Mas Andi, Mas Ikhya', Izmu, Rendra, rahma, Haqqi, Huda, Faiz, Chrisma, Mar'atuz, Nita, Anis, dan Taufiq. Makin dekat dan bersahabat.
11. Teman-teman FEB Anita, Lukman, Nekat, John, Muklis, Aditya, Oky, Akbar dll .
12. Seluruh pihak yang telah berjasa bagi penulis yang tidak mungkin penulis sebutkan satu per satu

## ABSTRAKSI

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh ketersediaan produk halal ,harga, dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Assalam yang dipersepsikan oleh responden yang sudah pernah berbelanja di Assalam Hypermart. Selain itu, penelitian ini juga berupaya untuk menganalisis kebermaknaan ketiga variabel independen tersebut dalam menjelaskan loyalitas pelanggan. Diharapkan penelitian ini dapat memperluas pengetahuan mengenai loyalitas pelanggan dan menjadi acuan penelitian di masa yang akan datang. Hipotesis dalam penelitian ini adalah diduga terdapat pengaruh ketersediaan produk halal ,harga, dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Assalam. Selain itu, penelitian ini juga mengajukan hipotesis keempat yaitu ketersediaan produk halal ,harga, dan kualitas produk mampu secara bermakna menjelaskan loyalitas pelanggan.

Populasi dalam penelitian ini adalah responden yang sudah pernah berbelanja di Assalam Hypermart. Teknik sampling yang digunakan adalah Convenience sampling dengan mengambil 40 responden sebagai sampel. Penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda (uji t, uji F, dan uji  $R^2$ ).

Penelitian ini menghasilkan beberapa temuan. Temuan pertama yaitu ketersediaan produk halal tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Assalam. Temuan selanjutnya adalah harga tidak secara signifikan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Temuan ketiga yaitu kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Assalam. Terakhir, ketersediaan produk halal ,harga, dan kualitas produk merupakan model yang mampu secara bermakna menjelaskan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menyarankan Assalam Hypermart harus lebih teliti dalam menjual produk halal terutama barang yang di jual adalah daging, mempertimbangkan lebih matang keputusannya untuk menjadikan ketersediaan produk halal menjadi variabel utama, dan lebih hati-hati dalam menjual harga produknya.

Kata Kunci : loyalitas pelanggan, ketersediaan produk halal, harga, kualitas produk.

## **ABSTRACT**

The purpose of this study is to analyze the influence of halal product assortment, price, and product quality on Assalaam Hypermart customer loyalty. Besides that, this study also tries to analyze the meaningfulness of the model in explaining customer loyalty. This study hopefully can deepen knowledge regarding to customer loyalty and can be made as a reference to future studies. The hypothesis of this study is it is expected that halal product assortment, price, and product quality significantly influence customer loyalty. It is also expected that the model can explain customer loyalty meaningfully.

The population of this study is customer of Assalaam Hypermart. The sampling method used is convenience sampling with 40 respondents taken into account. This study employs multiple regression test (t test, F test, and  $R^2$  test)

Conclusions are drawn from this study. It is concluded that halal product assortment does not significantly influence customer loyalty, neither does price. On the other hand, it is concluded that product quality significantly influences customer loyalty. Finally, this study concludes that halal product assortment, price, and product quality is a model that can explain customer loyalty meaningfully. This study suggests Assalaam Hypermart to manage its meats line product more carefully, and to manage its product assortment more thoroughly.

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan rasa puji syukur Alhamdulillah kami panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KETERSEDIAAN PRODUK HALAL, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI ASSALAM HYPERMART SUKOHARJO.**

Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan strata 1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang tulus dan penghargaan yang setinggi tingginya kepada pihak yang telah membantu baik secara langsung ataupun tidak langsung hingga selesainya skripsi ini. Maka pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak prof. Dr. Bambang Setiaji, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Triyono, Msi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta
3. Bapak Dr. Anton Agus Setyawan, SE Msi, selaku Kepala Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammdiyah Surakarta.



4. Ibu Soepatini, S.E., M.Si., Ph.D., dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi dan memotivasi penulis untuk melanjutkan *study* ke luar negeri

Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang dengan keikhasannya membantu memperlancar penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga amal dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang lebih baik dari Allah SWT.

Penulis meyakini bahwa skripsi ini masih belum sempurna, hal ini mengingat keterbatasan dan kemampuan yang ada. Oleh karena itu saran dan kritik yang membangun dari pembaca sangat penulis harapkan demi perbaikan dimasa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada penulis khususnya dan pembacapada umumnya dan akhirnya kepada Allah SWT penulis memohon perlindungan dan ampunan.

Surakarta, Juni 2015

Penulis

Muhammad Iqbal N

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iii
HALAMA MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAKSI .....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv

### BAB I PENDAHULUAN

Halaman

A. Latar Belakang .....	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Skripsi .....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Perilaku Konsumen .....	8
B. Loyalitas Pelanggan .....	9
C. Ketersediaan Produk Halal.....	12
1. Pentingnya Ketersediaan Produk.....	12
2. Pengertian Halal .....	13
3. Labelisasi Halal .....	14

4. Hubungan antara Ketersediaan Produk dengan Loyalitas Pelanggan .....	15
D. Harga .....	16
1. Definisi Harga.....	16
2. Kebijakan Harga .....	16
3. Strategi Penetapan Harga.....	17
4. Strategi Penyesuaian Harga .....	17
5. Hubungan antara Harga dengan Loyalitas Pelanggan .....	19
E. Kualitas Produk.....	20
1. Pengertian Produk.....	20
2. Pengertian Kualitas .....	20
3. Level Produk.....	21
4. Klasifikasi Produk .....	21
5. Dimensi Kualitas Produk.....	23
6. Hubungan antara Kualitas Produk dengan Loyalitas Pelanggan .....	25
F. Kerangka Penelitian .....	26

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	27
B. Definisi Operasional Variabel.....	27
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	30
1. Populasi .....	30
2. Sampel .....	30
3. Teknik Pengambilan Sampel .....	30
D. Jenis dan Sumber Data .....	31
E. Metode dan Pengumpulan Data .....	31
F. Teknik Analisis Data.....	32
1. Uji Instrumen Penelitian .....	32
a. Uji Validitas .....	32
b. Uji Reliabilitas.....	32
c. Normalitas .....	33

2. Uji Hipotesis Penelitian .....	33
a. Analisis Regresi Linier Berganda.....	33
b. Uji T .....	34
c. Uji F.....	35
d. Koefisien Determinasi $R^2$ .....	35
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Deskripsi Data.....	36
B. Analisis Indeks Jawaban .....	39
C. Hasil dan Analisis Data .....	50
1. Uji Instrumen Penelitian.....	50
2. Uji Hipotesis Penelitian.....	54
D. Pembahasan.....	57
1. Hipotesis 1 .....	57
2. Hipotesis 2 .....	58
3. Hipotesis 3 .....	59
4. Hipotesis 4 .....	59
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	61
B. Keterbatasan Penelitian dan Saran .....	62
1. Keterbatasan Penelitian .....	62
2. Saran untuk Penelitian yang Akan Datang .....	62
3. Saran untuk Perusahaan.....	63

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Definisi operasional variabel .....	27
Tabel 4.1. Gambaran umum responden berdasarkan jenis kelamin .....	36
Tabel 4.2. Gambaran umum responden berdasarkan umur .....	37
Tabel 4.3. Gambaran umum jenis pekerjaan pelanggan .....	37
Tabel 4.4. Gambaran umum tingkat pendidikan pelanggan .....	38
Tabel 4.5. Gambaran umum jumlah rata-rata belanja pelanggan .....	39
Tabel 4.6. Indeks Skor Jawaban Variabel ketersediaan produk halal.....	40
Tabel 4.7. Indeks Skor jawaban variabel harga .....	42
Tabel 4.8. Indeks skor jawaban variabel kualitas produk .....	44
Tabel 4.9. Indeks skor jawaban variabel loyalitas pelanggan.....	47
Tabel 4.10. Hasil uji validitas variabel ketersediaan produk halal .....	51
Tabel 4.11. Hasil uji validitas variabel harga .....	51
Table 4.12. Hasil uji validitas variabel kualitas produk.....	51
Tabel 4.13. Hasil uji validitas variabel loyalitas konsumen .....	52
Tabel 4.14. Hasil uji reliabilitas .....	52
Tabel 4.15. Hasil uji normalitas .....	53

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Penciptaan nilai menuju loyalitas.....	12
Gambar 2.2. Kerangka pemikiran .....	26
Gambar 4.1. hasil uji regresi linier berganda .....	54