



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA
KONSUMEN MIE SEDAAP DI KABUPATEN BATANG**

SKRIPSI

**Disusun sebagai syarat menyelesaikan Pendidikan Strata 1
Departemen Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Disusun Oleh:

Ferdiyan Aditya Rahman

14030118140090

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2023

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama Lengkap : Ferdiyan Aditya Rahman
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14030118140090
3. Tempat / Tanggal Lahir : Batang, 19 Desember 1999
4. Program Studi : Administrasi Bisnis
5. Alamat : Desa Plumbon RT 06 RW 01 Kec. Limpung,
Kab. Batang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang saya tulis berjudul:

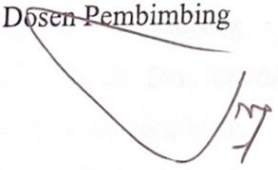
**Pengaruh Kuaalitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen
melalui Kepuasan Konsumen sebgai Variabel Intervening pada Konsumen
Mie Sedaap di Kabupaten Batang**

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20%. Apabila di kemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.


Dengan surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 27 September 2023

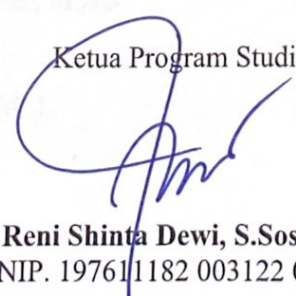
Mengetahui,
Dosen Pembimbing


Prof. Dr. Drs. Ngatno, MM.
NIP. 196205061 988031 0 06

Pembuat Pernyataan


Ferdiyan Aditya Rahman
NIM. 14030118140090

Ketua Program Studi


Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si.
NIP. 197611182 003122 0 05

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas
Konsumen melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel
Intervening pada Konsumen Mie Sedaap di Kabupaten Batang
Nama Penyusun : Ferdiyan Aditya Rahman
NIM : 14030118140090
Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1
pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro.

Semarang, 27 September 2023

Dekan



Prof. Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T.
NIP. 19640827 199001 1 001

Wakil Dekan I




Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol. Admin
NIP. 19690822 199403 1 003

Dosen Pembimbing

1. Prof. Dr. Drs. Ngatno, MM.
2. Drs. Saryadi M.Si

Dosen Penguji Skripsi

1. Dr. Sari Listyorini, S.Sos., M.AB
2. Drs. Saryadi M.Si
3. Prof. Dr. Drs. Ngatno, MM.



(.....)
(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Tetap semangat walaupun beban hidup sangat berat”

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Orang tua tercinta, Bapak Muhammad Muhtadi dan Ibu Siti Munasifah yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan setiap saat.
2. Saudara-saudara saya yang ikut serta memberikan doa, dukungan, dan semangat, khususnya dalam penyusunan laporan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Sari Listyorini, S.Sos., M.AB selaku dosen wali saya yang telah memberikan arahan dan dukungan diperkuliahan.
4. Dosen pembimbing saya, Bapak Prof. Dr. Drs. Ngatno, MM. dan Bapak Drs. Saryadi M.Si yang membimbing saya dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staf Administrasi Bisnis yang telah membantu penulis selama menempuh Pendidikan perkuliahan.
6. Teman-teman SMP dan SMA yang selalu memberikan semangat dan mendukung saya dalam menempuh pendidikan perkuliahan saya.
7. Ferdian Aditya Rahman atau diri saya sendiri, terima kasih telah mampu berjuang hingga saat ini dan tidak menyerah walaupun keadaan yang sulit dihadapi namun ingat satu hal bahwa dengan ini kamu insyaAllah dapat membahagiakan kedua orang tua.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KONSUMEN MIE
SEDAAP DI KABUPATEN BATANG**

ABSTRAK

PT Wings Group, salah satu perusahaan mie instan terkemuka di Indonesia berupaya bersaing dan membuat konsumen merasa puas sehingga meningkatkan loyalitas mereka terhadap produk Mie Sedaap. Penelitian ini untuk membuktikan adanya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada konsumen Mie Sedaap di Kabupaten Batang. Penelitian ini menggunakan *explanatory research* dengan metode *non probability sampling* dan *quota sampling* menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Sampel 100 responden ibu rumah tangga yang ada di Kabupaten Batang dan pernah mengonsumsi Mie Sedaap minimal tiga kali.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, harga berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen, kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen, dan kepuasan konsumen tidak mampu memediasi hubungan antara kualitas produk terhadap loyalitas konsumen, dan kepuasan konsumen mampu memediasi hubungan antara harga terhadap loyalitas konsumen.

Saran yang dapat diberikan adalah tetap berinovasi semenarik mungkin akan produk yang diciptakan serta menyediakan promo yang menarik dengan tujuan untuk meningkatkan ketertarikan konsumen ketika melakukan pembelian sehingga dapat menciptakan kepuasan konsumen terhadap harga yang ditawarkan oleh perusahaan.

Kata kunci :Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen.

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND PRICE ON CUSTOMER
LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS AN
INTERVENING VARIABLE ON MIE SEDAAP CONSUMERS IN
BATANG REGENCY**

ABSTRACT

PT Wings Group, one of the leading instant noodle companies in Indonesia, strives to compete and make consumers feel satisfied, thereby increasing their loyalty to Mie Sedaap products. This research is to prove the effect of product quality and price on consumer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable for Mie Sedaap consumers in Batang Regency. This study used explanatory research with non-probability sampling and quota sampling methods using the SPSS version 25 application. A sample of 100 respondents were housewives in Batang Regency and had consumed Mie Sedaap at least three times.

The results in this study indicate that product quality has no effect on customer satisfaction and price has a positive effect on customer satisfaction. Product quality has no effect on customer loyalty, price has a positive effect on customer loyalty, consumer satisfaction has a positive effect on customer loyalty, and consumer satisfaction is not able to mediate the relationship between product quality and customer loyalty, and consumer satisfaction is able to mediate the relationship between price and customer loyalty.

The advice that can be given is to keep innovating as attractive as possible for the products that are created and to provide attractive promos with the aim of increasing consumer interest when making purchases so as to create consumer satisfaction with the prices offered by the company.

Keywords: Product Quality, Price, Consumer Satisfaction, Consumer Loyalty.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada tuhan Yang Maha Esa atas nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Konsumen Mie Sedaap Di Kabupaten Batang”** sebagai salah satu syarat untuk memenuhi kelulusan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro. Skripsi ini tidak dapat selesai tanpa bantuan pihak-pihak yang ada di sekitar penulis. Oleh karena itu, dengan segenap kerendahan hati pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya atas bantuan dan dukungan yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi, khususnya kepada :

1. Prof. Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
2. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
3. Ibu Dr. Sari Listyorini, S.Sos., M.AB selaku dosen wali saya sekaligus dosen penguji yang telah memberikan kesempatan penulis untuk menyusun dan menyelesaikan skripsi.
4. Bapak Prof. Dr. Drs. Ngatno, MM. selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan telah memberikan arahan serta pembelajaran dalam menyusun penulisan skripsi.
5. Bapak Drs. Saryadi M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan kesempatan dan arahan serta pelajaran yang berharga dalam menyusun penulisan skripsi.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen departemen Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.

7. Seluruh responden atas ketersediaannya mengisi kuesioner yang telah saya berikan.
8. Berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu per satu.
9. Saya sebagai penulis menyadari bahwa masih terdapat kesalahan dan kekurangan dalam penyusunan skripsi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap bahwa skripsi ini dapat berguna bagi pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya.

Semarang, 27 September 2023

Pembuat Pernyataan



Ferdiyan Aditya Rahman

NIM. 14030118140090

1.8	Hipotesis.....	28
1.9	Definisi Konsep	29
1.9.1	Kualitas Produk.....	29
1.9.2	Harga.....	30
1.9.3	Loyalitas Konsumen.....	30
1.9.4	Kepuasan Konsumen	30
1.10	Definisi Operasional.....	30
1.10.1	Kualitas Produk.....	30
1.10.2	Harga.....	31
1.10.3	Loyalitas Konsumen.....	31
1.10.4	Kepuasan Konsumen	31
1.11	Metode Penelitian.....	32
1.11.1	Tipe Penelitian	32
1.11.2	Populasi dan Sampel.....	32
1.11.3	Teknik Pengambilan Sampling	33
1.11.4	Jenis dan Sumber Data.....	34
1.11.5	Skala Pengukuran	34
1.11.6	Teknik Pengumpulan Data.....	35
1.11.7	Teknik Pengolahan Data.....	35
1.11.8	Instrumen Penelitian.....	37
1.11.9	Teknik Analisis	37
BAB II	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	44
2.1	Sejarah PT Wings Group.....	44
2.2	Visi dan Misi	45
2.3	Struktur Organisasi Perusahaan.....	45
2.4	Sejarah Mie Sedaap.....	48
2.5	Produk Mie Sedaap	48
2.6	Identitas Responden.....	50
2.6.1	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
2.6.2	Identitas Responden Berdasarkan Domisili	51

2.6.3	Identitas Responden Berdasarkan Usia	52
2.6.4	Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	52
2.6.5	Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	53
BAB III	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	54
3.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	54
3.1.1	Uji Validitas	54
3.1.2	Uji Reliabilitas.....	57
3.2	Analisis Deskriptif Variabel.....	58
3.2.1	Persepsi Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk	58
3.2.2	Persepsi Responden Terhadap Variabel Harga.....	63
3.2.3	Persepsi Responden Terhadap Variabel Loyalitas Konsumen	67
3.2.4	Persepsi Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen.....	71
3.3	Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	75
3.3.1	Koefisien Korelasi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen..	76
3.3.2	Koefisien Determinasi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	77
3.3.3	Regresi Linier Sederhana Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	77
3.3.4	Uji t	79
3.4	Analisis Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	79
3.4.1	Koefisien Korelasi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	80
3.4.2	Koefisien Determinasi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	81
3.4.3	Regresi Linier Sederhana Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	81
3.4.4	Uji t	83
3.5	Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen.....	83
3.5.1	Koefisien Korelasi Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen...	84
3.5.2	Koefisien Determinasi Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen	85
3.5.3	Regresi Linier Sederhana Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen.....	85
3.5.4	Uji t	86

3.6	Analisis Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen	87
3.6.1	Koefisien Korelasi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen	88
3.6.2	Koefisien Determinasi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen	88
3.6.3	Regresi Linier Sederhana Harga Terhadap Loyalitas Konsumen	89
1.6.4	Uji t	90
3.7	Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen ..	91
3.7.1	Koefisien Korelasi Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.....	91
3.7.2	Koefisien Determinasi Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.....	92
3.7.3	Regresi Linier Sederhana Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.....	93
3.7.4	Uji t	94
3.8	Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Kosnumen	95
3.8.1	Regresi Linier Berganda Kualitas Produk dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen	96
3.8.2	Uji F	97
3.8.3	Uji Sobel	99
3.9	Analisis Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen.....	101
3.9.1	Regresi Linier Berganda Harga dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen	102
3.9.2	Uji F	103
3.9.3	Uji Sobel	104
3.10	Pembahasan.....	107
3.10.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	109
3.10.2	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	110
3.10.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen	111
3.10.4	Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen	112
3.10.5	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen	113
3.10.6	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen	113

3.10.7	Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen.....	114
BAB IV	PENUTUP.....	115
4.1	Kesimpulan.....	115
4.2	Saran.....	117
	DAFTAR PUSTAKA	120
	LAMPIRAN	124

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Negara dengan Konsumsi Mi Instan Terbanyak tahun 2022.....	2
Tabel 1.2 Konsumsi Mi Instan di Indonesia pada Tahun 2017 - 2022.....	3
Tabel 1.3 Top Brand Index Mie Instan Dalam Kemasan Bag Tahun 2017 – 2022	3
Tabel 1.4 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 2.1 Jenis Kelamin Responden.....	51
Tabel 2.2 Domisili Responden	51
Tabel 2.3 Usia Responden.....	52
Tabel 2.4 Pendapatan Perbulan Responden	52
Tabel 2.5 Pendidikan Terakhir Responden	53
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_1)	55
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_2).....	56
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen (Y)	56
Tabel 3.4 Hasil Uji Analisis Variabel Kepuasan Konsumen (Z)	57
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	58
Tabel 3.6 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Kualitas Produk.....	59
Tabel 3.7 Kategorisasi Variabel Kualitas Produk.....	62
Tabel 3.8 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Harga	64
Tabel 3.9 Kategorisasi Variabel Harga	67
Tabel 3.10 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Loyalitas Konsumen	68
Tabel 3.11 Kategorisasi Variabel Loyalitas Konsumen	71
Tabel 3.12 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Kepuasan Konsumen	72
Tabel 3.13 Kategorisasi Variabel Kepuasan Konsumen	75
Tabel 3.14 Uji Korelasi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	76
Tabel 3.15 Koefisien Determinasi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	77
Tabel 3.16 Regresi Linear Sederhana Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	78
Tabel 3.17 Koefisien Korelasi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	80
Tabel 3. 18 Koefisien determinasi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	81
Tabel 3.19 Regresi Linear Sederhana Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	82
Tabel 3.20 Koefisien Korelasi Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen ..	84
Tabel 3.21 Koefisien Determinasi Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen	85
Tabel 3.22 Regresi Linear Sederhana Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen.....	86
Tabel 3.23 Koefisien Korelasi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen.....	88
Tabel 3.24 Koefisien Determinasi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen	88
Tabel 3.25 Regresi Linear Sederhana Harga Terhadap Loyalitas Konsumen	89
Tabel 3.26 Koefisien Korelasi Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.....	92

Tabel 3.27 Koefisien Determinasi Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.....	93
Tabel 3.28 Regresi Linear Sederhana Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.....	93
Tabel 3.29 Regresi Linear Berganda Kualitas Produk dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen	96
Tabel 3.30 Uji Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen.....	98
Tabel 3.31 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	100
Tabel 3.32 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen	100
Tabel 3.33 Uji Sobel Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen	100
Tabel 3.34 Regresi Linear Berganda Harga dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen.....	102
Tabel 3.35 Uji F Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen.....	103
Tabel 3.36 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Harga Terhadap Kepuasan.....	105
Tabel 3.37 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Harga Terhadap Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen	106
Tabel 3.38 Uji Sobel Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen.....	106
Tabel 3.39 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis.....	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Survei Konsumen Mie Sedaap	5
Gambar 1.2 Model Perilaku Konsumen.....	12
Gambar 1.3 Model Hipotesis.....	29
Gambar 2.1 Logo Perusahaan.....	44
Gambar 2.2 Struktur Organisasi	45