



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PENGGUNA SEPATU OLAHRAGA SPECS
DI KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan
Pendidikan Strata 1
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro
Semarang

Penyusun:

Fredi Riyadi

14020213130118

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2020**



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI/TA*)

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap : Fredi Riyadi
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14020213130118
3. Tempat / Tanggal Lahir : Semarang, 15 Maret 1995
4. Departemen / Program Studi : S1 – Administrasi Bisnis
5. Alamat : JL.Dr.Wahidin FH G.17 Semarang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi / TA) yang saya tulis berjudul :
Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Sepatu Olahraga
Specs di Kota Semarang

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 dikemudian 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.

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

Semarang, 1 Desember 2020

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

Dr. Andi Wijayanto, S.Sos, M.Si
NIP.197503152008011014

Pembuat Pernyataan

Fredi Riyadi
NIM.14020213130118

Ketua Program Studi

Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si
NIP. 197603302003122001

*) Lampirkan dokumen hasil uji Turnitin yang menunjukkan uji kemiripan <20%

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap
Loyalitas Konsumen Pengguna Sepatu Olahraga Specs
Di Kota Semarang**

Nama Penyusun : Fredi Riyadi
Departemen : Administrasi Bisnis

**Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan
Strata I**


Semarang, 11 Desember 2020

Dekan



Dr. Drs. Hardi Warsono MTP
NIP. 196408271990011001


Wakil Dekan I



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin
NIP. 196908221994031003

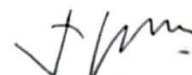
Dosen Pembimbing :

1. Dr. Andi Wijayanto, S.Sos, M.Si

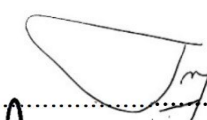

(.....)

Dosen Penguji :

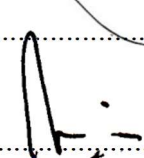
1. Dr. Hari Susanta Nugraha, S.Sos, M.Si


(.....)

2. Dr. Drs. Ngatno, M.M


(.....)

3. Dr. Andi Wijayanto, S.Sos, M.Si


(.....)

HALAMAN MOTTO

“Barang siapa keluar untuk mencari Ilmu maka dia berada di jalan Allah “.

(HR. Turmudzi)

LAKUKAN YANG TERBAIK DENGAN IKHTIAR, DOA DAN TAWAKAL

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini hanyalah satu bagian dari perjalanan penulis dalam menempuh ilmu. Bagian awal dari karya-karya dan hal-hal berikutnya yang akan penulis ciptakan. Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua Orangtua saya, Bapak Sukamto yang sudah berada disisi Allah dan Ibu Sri Maryati tercinta senantiasa mendukung dan menyemangati untuk terus berusaha dan pantang menyerah, serta memberikan bimbingan, arahan dan motivasi.
2. Teman-teman seperjuangan Adbis angkatan 2013 yang telah mendukung penulis.
3. Teman-teman kelas 11 yang hebat-hebat tak kenal lelah membantu arahan penulis.
4. Teman-teman No om No party yang selalu bisa bercanda gurau bersama.
5. Teman-teman KKN Tim II Undip Desa Kasiyan Kab.Pati, yang sudah memberikan kenangan yang tak terlupakan selama 35 hari.
6. Seluruh dosen Administrasi Bisnis FISIP Undip, terimakasih atas segala ilmunya yang sangat bermanfaat terutama dosen pembimbing saya Bapak Dr. Andi Wijayanto, S.Sos, M.Si yang telah membimbing saya dengan sabar, Bapak Dr. Hari Susanta Nugraha, S.Sos, M.Si yang telah menjadi dosen wali saya, Bapak Dr. Drs. Ngatno, M.M yang bersedia menjadi dosen penguji saya, Ibu Bulan Prabawani, S.Sos, MM, Ph.D sebagai ketua jurusan yang bijaksana. Terima kasih banyak telah diberikan untuk menimba ilmu yang amat berharga.
7. Semua teman-teman terdekat yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuan dan dukungannya selama ini.

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PENGGUNA SEPATU OLAHRAGA SPECS DI KOTA SEMARANG

ABSTRAKSI

Loyalitas konsumen yang kuat merupakan tujuan dari setiap perusahaan dimana loyalitas tersebut merupakan bukti dari keunggulan bersaing dari perusahaan. Loyalitas dari konsume juga menunjukkan bahwa perusahaan mampu untuk membuat konsumen menjadi pelanggan setia dari produk perusahaan sehingga meningkatkan penjualan perusahaan. Specs sebagai salah satu produsen sepatu menunjukkan kemunduran dalam hal penjualan maupun dari segi merknya, hal ini menimbulkan dugaan adanya penurunan loyalitas konsumen sepatu olahraga Specs. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen pengguna sepatu olahraga Specs di kota Semarang.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Sumber data untuk penelitian ini adalah data primer yang didapatkan dari penyebaran kuesioner. Sampel penelitian yang merupakan responden adalah 100 orang konsumen pengguna sepatu Specs di Semarang yang diambil dengan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan analisis regresi.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis didapatkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen pengguna sepatu olahraga Specs di Semarang. Saran yang diberikan adalah sepatu Specs perlu menyesuaikan harga yang tepat untuk varian sepatu olah raganya sehingga membuat konsumen dengan segmen yang berbeda tetap melakukan pembelian serta mempertahankan kualitas produknya terutama pada daya tahannya dan memperbaiki desain sepatunya sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggannya.

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Loyalitas Konsumen

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND PRICE ON THE LOYALTY OF SPECS SPORT SHOES CONSUMERS IN SEMARANG

ABSTRACT

Strong consumer loyalty is the goal of every company where this loyalty is evidence of the competitive advantage of the company. Loyalty from consumers also shows that the company is able to make customers loyal customers of the company's products, thereby increasing the company's sales. Specs as a shoe manufacturer shows a decline in sales and in terms of its brand, this has led to allegations of a decline in consumer loyalty for Specs sports shoes. The purpose of this study was to determine the effect of product quality and price on consumer loyalty of Specs sports shoe users in the city of Semarang.

This research is a type of qualitative research. The data source for this study is primary data obtained from distributing questionnaires. The research sample which is the respondent is 100 consumers who wear Specs shoes in Semarang, taken by purposive sampling technique. Data analysis was performed using regression analysis.

Based on the results of hypothesis testing, it was found that product quality and price had a positive effect on consumer loyalty of Specs sports shoe users in Semarang. The advice given is that Specs shoes need to adjust the right price for their sports shoe variants so that consumers with different segments continue to make purchases and maintain product quality, especially on durability and improve the design of the shoes so that they can increase customer loyalty..

Keywords: product quality, price, consumer loyalty

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Sepatu Olahraga Specs Di Kota Semarang” tepat waktu yang telah direncanakan sebelumnya.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat wajib yang harus ditempuh dalam Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Universitas Diponegoro untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1. Selain untuk menuntaskan program studi yang penulis tempuh, skripsi ini banyak memberikan manfaat kepada penulis baik dari segi akademik maupun pengalaman yang tidak dapat penulis temukan saat berada di bangku kuliah.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dan kerjasama dari berbagai pihak, oleh sebab itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

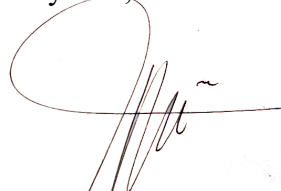
1. Bapak Dr. Drs. Hardi Warsono MTP selaku Dekan FISIP Universitas Diponegoro.
2. Ibu Bulan Prabawani, S.Sos, MM, Ph.D selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis FISIP Universitas Diponegoro.
3. Bapak Dr. Andi Wijayanto, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan masukan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Drs, Ngatno, M.M selaku dosen penguji yang telah berkenan meluangkan waktu untuk menguji serta memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.

5. Bapak Dr. Hari Susanta Nugraha, S.Sos, M.Si selaku dosen wali dan dosen penguji yang telah banyak membantu selama masa perkuliahan serta meluangkan waktu untuk menguji dalam penyusunan skripsi ini
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen Jurusan Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
7. Seluruh responden atas kesediaannya mengisi kuesioner yang telah saya berikan.
8. Semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang membangun guna untuk penyempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan informasi bagi masyarakat untuk pengembangan wawasan dan peningkatan ilmu pengetahuan bagi kita semua.

Semarang, 11 Desember 2020

Penyusun,



Fredi Riyadi

NIM. 14020213130118

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN KEASLIAN PENELITIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.21 Tujuan Umum.....	11
1.22 Tujuan Khusus.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	12
1.4.3 Bagi Penulis.....	12
1.4.4 Perguruan Tinggi.....	12
1.4.5 Peneliti yang akan datang.....	13
1.5 Kerangka Teori.....	13
1.5.1 Loyalitas Konsumen.....	13
1.5.2 Harga.....	17
1.5.3 Kualitas Produk.....	19
1.5.4 Pengaruh antara kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen.....	22
1.5.5 Model Sederhana Proses Pemasaran.....	23
1.6 Penelitian Terdahulu.....	24
1.7 Hipotesis.....	26
1.8 Definisi Konseptual.....	27
1.8.1 Harga.....	27
1.8.2 Kualitas Produk.....	28
1.8.3 Loyalitas Konsumen.....	28
1.9 Definisi Operasional.....	28
1.9.1 Harga.....	28
1.9.2 Kualitas Produk.....	29
1.9.3 Loyalitas Konsumen.....	29
1.10 Metode Penelitian.....	30
1.10.1 Tipe Penelitian.....	30
1.10.2 Populasi dan Sampel.....	30
1.10.3 Jenis dan Sumber Data.....	32
1.10.4 Teknik Pengumpulan Data.....	33
1.10.5 Teknik Pengolahan Data.....	34

1.10.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	35
1.10.7 Analisis Data	36
a. Analisis Regresi Linier Sederhana	36
c. Pengujian Hipotesis	38
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN IDENTITAS	
RESPONDEN.....	42
2.1 PT. SPECS Indonesia.....	42
2.1.1 Sejarah dan Perkembangan Perusahaan.....	42
2.1.2 Visi dan Misi.....	44
2.1.3 Logo Perusahaan.....	45
2.1.4 Aspek Kegiatan.....	46
2.1.5 Variasi Produk.....	48
2.1.6 Lokasi Perusahaan.....	48
2.2 Gambaran Umum Responden Penelitian	48
2.2.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
2.2.2 Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	49
2.2.3 Gambaran Responden Berdasarkan Status perkawinan.....	49
2.2.7 Gambaran Responden Berdasarkan Frekuensi pemakaian sepatu olahraga Specs dalam sebulan	52
2.2.8 Gambaran Responden Berdasarkan Frekuensi pembelian sepatu olahraga Specs dalam setahun	53
BAB III PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP	
LOYALITAS KONSUMEN PENGGUNA SEPATU OLAHRAGA	
SPECS	54
3.1 Uji Instrumen Penelitian	54
3.1.1 Uji Validitas	54
3.1.2 Uji Reliabilitas	56
3.2 Persepsi Responden Tentang Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas konsumen	56
3.2.1. Persepsi Responden Mengenai Harga.....	57
3.2.2. Persepsi Responden Mengenai Kualitas Produk.....	62
3.2.3. Persepsi Responden Mengenai Loyalitas konsumen	70
3.3. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas konsumen	75
3.3.1. Tabulasi Silang Harga Terhadap Loyalitas konsumen.....	75
3.3.2. Rekapitulasi Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas konsumen	76
3.3.3. Koefisien korelasi antara harga terhadap loyalitas konsumen	76
3.3.4. Regresi sederhana antara harga terhadap loyalitas konsumen	77
3.3.5. Koefisien determinasi antara harga terhadap loyalitas konsumen.....	77
3.3.6. Pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen.....	78
3.4. Pengaruh Kualitas produk Terhadap Loyalitas konsumen.....	79
3.4.1. Tabulasi Silang Kualitas produk Terhadap Loyalitas konsumen.....	79
3.4.2. Rekapitulasi Pengaruh Kualitas produk terhadap Loyalitas konsumen	81
3.4.3. Koefisien korelasi antara kualitas produk terhadap loyalitas konsumen	81
3.4.4. Regresi sederhana antara kualitas produk terhadap loyalitas konsumen	

81	
3.4.5. Koefisien determinasi antara kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.....	82
3.4.6. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.....	82
3.5 Pengaruh Harga, dan kualitas produk Terhadap Loyalitas konsumen Secara Bersama-sama	84
3.5.1 Koefisien korelasi antara harga, dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen	84
3.5.2 Regresi linear berganda antara harga, dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.....	85
3.5.3 Koefisien determinasi antara harga, dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.....	85
3.5.4 Pengaruh harga, dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen	86
3.6 Pembahasan.....	87
BAB IV PENUTUP	91
4.1 Kesimpulan	91
4.2 Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	94

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Top Brand Index (TBI) Sepatu Olahraga	6
Tabel 1. 2	Data Penjualan Sepatu Olahraga di Indonesia Tahun 2016 (dalam %)	7
Tabel 2. 1	Sejarah Perusahaan PT. Panatrade Caraka (Specs)	43
Tabel 2. 2	Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 2. 3	Gambaran Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 2. 4	Gambaran Responden Berdasarkan Status perkawinan	50
Tabel 2. 5	Gambaran Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	50
Tabel 2. 6	Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 2. 7	Gambaran Responden Berdasarkan Rata-rata penghasilan per bulan	51
Tabel 2. 8	Gambaran Responden Berdasarkan Frekuensi pemakaian sepatu olahraga Specs dalam sebulan	52
Tabel 2. 9	Gambaran Responden Berdasarkan Frekuensi pembelian sepatu olahraga Specs dalam setahun	53
Tabel 3. 1	Uji Validitas	55
Tabel 3. 2	Uji Reliabilitas	56
Tabel 3. 3	Persepsi Responden Terhadap Memiliki Harga produk sepatu olahraga Specs terjangkau	57
Tabel 3. 4	Persepsi Responden Terhadap Harga produk sepatu olahraga Specs sesuai dengan kualitas produk	58
Tabel 3. 5	Persepsi Responden Terhadap Harga produk sepatu olahraga Specs dapat bersaing dengan harga produk sepatu lain	58
Tabel 3. 6	Persepsi Responden Terhadap Harga produk sepatu olahraga Specs sesuai dengan manfaat yang konsumen rasakan	59
Tabel 3. 7	Kategorisasi Variabel Harga	61
Tabel 3. 8	Persepsi Responden Terhadap Sepatu olahraga Specs dapat menjalankan fungsinya dengan baik sebagai sepatu olahraga	62
Tabel 3. 9	Persepsi Responden Terhadap Produk sepatu olahraga Specs sesuai dengan spesifikasi yang tertera di kemasan produk	63
Tabel 3. 10	Persepsi Responden Terhadap Produk sepatu olahraga Specs awet dan dapat digunakan dalam kurun waktu yang lama	64
Tabel 3. 11	Persepsi Responden Terhadap Produk sepatu olahraga Specs memiliki desain yang baik	64
Tabel 3. 12	Persepsi Responden Terhadap Fitur Sepatu olahraga Specs	65
Tabel 3. 13	Persepsi Responden Terhadap Produk sepatu olahraga Specs dapat diandalkan untuk mendukung berbagai macam olahraga	66
Tabel 3. 14	Persepsi Responden Terhadap Produk sepatu olahraga Specs dapat dengan mudah diperbaiki jika mengalami kerusakan	67
Tabel 3. 15	Persepsi Responden Terhadap Kualitas produk sepatu olahraga Specs secara keseluruhan	68
Tabel 3. 16	Kategorisasi Variabel Kualitas produk	70
Tabel 3. 17	Persepsi Responden Terhadap berkeinginan untuk kembali membeli produk sepatu Specs di waktu yang akan datang	71
Tabel 3. 18	Persepsi Responden Terhadap ingin beralih ke produk lain selain produk sepatu olahraga Specs	71
Tabel 3. 19	Persepsi Responden Terhadap Kesiediaan merekomendasikan produk sepatu olahraga Specs kepada orang lain	72

Tabel 3. 20 Kategorisasi Variabel Loyalitas konsumen.....	74
Tabel 3. 21 Crosstabs antara Harga dan Loyalitas konsumen	75
Tabel 3. 22 Rekapitulasi Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas konsumen	76
Tabel 3. 23 Crosstabs antara Kualitas produk dan Loyalitas konsumen.....	80
Tabel 3. 24 Rekapitulasi Pengaruh Kualitas produk Terhadap Loyalitas konsumen	81
Tabel 3. 25 Rekapitulasi Perhitungan Pengaruh Variabel Harga dan Variabel Kualitas produk terhadap Loyalitas konsumen	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Peningkatan Penjualan Sepatu Olahraga Indonesia (dalam juta pasang).....	8
Gambar 1. 2	Peningkatan Penjualan Sepatu Olahraga Specs di Semarang (dalam juta pasang).....	8
Gambar 1. 3	Proses Pemasaran	23
Gambar 1. 4	Model Hipotesis	27
Gambar 1. 5	Kurva Uji t <i>Two Tail</i>	39
Gambar 1. 6	Kurva Uji F.....	41
Gambar 2. 1	Logo SPECS.....	45
Gambar 3. 1	Pengujian Hipotesis dengan Uji t Harga (X_1) terhadap Loyalitas konsumen (Y).....	79
Gambar 3. 2	Pengujian Hipotesis dengan Uji t Kualitas produk (X_2) terhadap Loyalitas konsumen (Y)	83
Gambar 3. 3	Pengujian Hipotesis dengan Uji F Harga (X_1), dan Kualitas produk (X_2) Terhadap Variabel Loyalitas konsumen (Y)	87