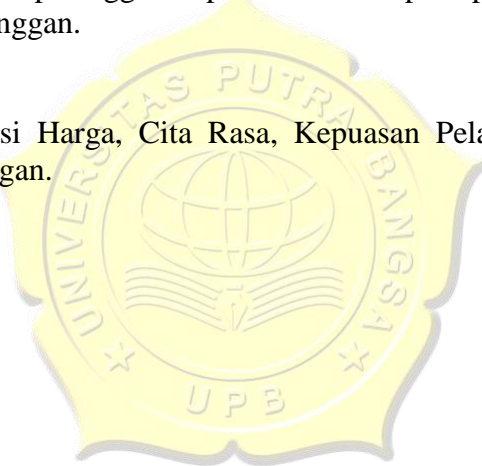


## ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi harga dan cita rasa terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada pelanggan Kecap Kentjana di Kabupaten Kebumen. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan kecap Kentjana di Kabupaten Kebumen. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan statistik yang dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedestitas, uji parsial, uji koefisien determinasi, dan analisis jalur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, cita rasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, cita rasa berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan dapat memediasi persepsi harga dan cita rasa terhadap loyalitas pelanggan.

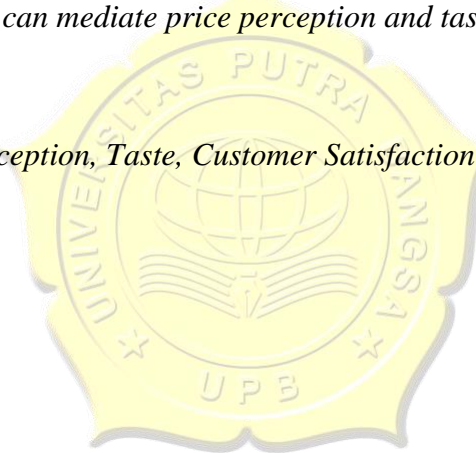
**Kata Kunci** : Persepsi Harga, Cita Rasa, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.



## ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine the effect of price perception and taste on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable on Kentjana soy sauce customers in Kebumen Regency. The population in this study were Kentjana soy sauce customers in Kebumen Regency. The sampling method used was non-probability sampling with a sample of 100 respondents. This study used descriptive and statistical analysis methods that were tested for validity, reliability, normality, multicollinearity, heteroscedasticity, partial tests, determination coefficient tests, and path analysis. The results of this study indicate that the price perception variable has a significant effect on customer satisfaction, taste has a significant effect on customer satisfaction, price perception has a significant effect on customer loyalty, taste has a significant effect on customer loyalty, customer satisfaction has a significant effect on customer loyalty and customer satisfaction can mediate price perception and taste on customer loyalty.*

**Keywords:** *Price Perception, Taste, Customer Satisfaction and Customer Loyalty.*



## **HALAMAN MOTTO**

“Terima apa yang sudah terjadi,  
Iklaskan apa yang tidak bisa diubah  
Betulkan apa yang masih bisa diperbaiki”



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya yang saya cintai Ibu Suryati dan Bapak Sumiyanto yang selalu senantiasa menyayangi dan mendoakan yang terbaik untuk serta memberikan semangat kepada saya.
2. Kakak saya Khoirudin Ishaq dan adek saya Sadiyahatun Munawaroh, Sa'diatur Robingah yang selalu memberikan dukungan, semangat dan selalu menghibur saya.
3. Sahabat-sahabat saya yang selalu memberikan motivasi, semangat dan selalu menghibur saya selama penyusunan skripsi.
4. Teman-teman seperjuangan Reguler E angkatan 2020 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. atas segala berkah dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Harga dan Cita Rasa terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Kecap Kentjana di Kabupaten Kebumen). Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Strala-1 (S1) pada program studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.

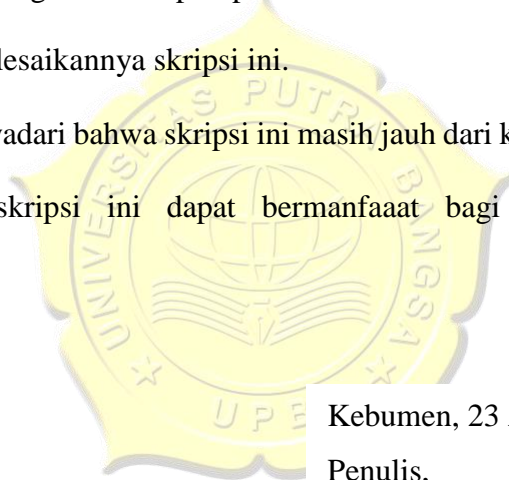
Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplemmentasikan dan mengimplikasikan ilmu yang didapat dibangku kuliah dengan realita kehidupan nyata, khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa literatur. Penulis menyadari penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan yang perlu diperbaiki, dikarenakan masih terbatasnya ilmu pengetahuan yang dimiliki penulis.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan baik fisik maupun motivasi dan dorongan dalam menyusun skripsi ini. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada:

1. Ibu Nur Khasanah S.E., M.Si., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

2. Kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan selalu mendoakan saya.
3. Segenap dosen, karyawan, dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen.
4. Teman-teman seperjuangan Reguler E angkatan 2020 yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.
5. Segenap responden dalam penelitian ini yaitu pelanggan kecap Kentjana di Kabupaten Kebumen.
6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.



Kebumen, 23 Agustus 2024

Penulis,

Siti Khoiruroh

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN .....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
ABSTRAKSI .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	9
1.3. Batasan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	13
1.5. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II.....	15
KAJIAN PUSTAKA.....	15

2.1.	Tinjauan Teori .....	15
2.1.1.	Loyalitas Pelanggan .....	15
2.1.2.	Kepuasan Pelanggan .....	18
2.1.3.	Persepsi Harga.....	23
2.1.4.	Cita Rasa .....	29
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	31
2.3.	Hubungan Antar Variabel .....	44
2.4.	Model Empiris .....	50
2.5.	Hipotesis.....	50
BAB III	.....	52
METODE PENELITIAN	.....	52
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian .....	52
3.2.	Variabel Penelitian .....	52
3.3.	Definisi Operasional Variabel .....	53
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	57
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.6.	Populasi dan Sampel .....	60
3.7.	Teknik Analisis.....	62
BAB IV	.....	75
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	.....	75
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	75
4.2.	Analisis Deskriptif.....	76
4.3.	Analisis Statistik.....	79
4.4.	Pembahasan .....	107
BAB V	.....	112



SIMPULAN .....	112
5.1. Simpulan.....	112
5.2. Keterbatasan .....	113
5.3. Implikasi.....	114
5.3.1 Implikasi Praktis .....	115
5.3.2 Implikasi Teoritis .....	116
DAFTAR PUSTAKA .....	119



## DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Hasil Observasi Pelanggan Kecap.....	4
Tabel I- 2 Data Pelanggan yang Loyal dan Tidak Loyal .....	4
Tabel I- 3 Faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan Kecap Kentjana di Kabupaten Kebumen.....	6
Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu .....	41
Tabel III- 1 Distribusi Variabel Loyalitas Pelanggan .....	54
Tabel III- 2 Distribusi Variabel Kepuasan Pelanggan .....	55
Tabel III- 3 Distribusi Variabel Harga.....	56
Tabel III- 4 Distribusi Variabel Cita Rasa .....	57
Tabel III- 5 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r .....	71
Tabel IV- 1 Responden Berdasarkan Usia.....	77
Tabel IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	78
Tabel IV- 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Ukuran Kemasan.....	79
Tabel IV- 4 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga .....	80
Tabel IV- 5 Hasil Uji Validitas Variabel Cita Rasa.....	81
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	82
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	83
Tabel IV- 8 Hasil Reabilitas Variabel Penelitian.....	84
Tabel IV- 9 Hasil Uji Normalitas Substruktural I.....	85
Tabel IV- 10 Hasil Uji Normalitas Substruktural II.....	86
Tabel IV- 11 Hasil Uji Multikolonieritas Substruktural I.....	87
Tabel IV- 12 Hasil Uji Multikolonearitas Substruktural II.....	88

Tabel IV- 13 Hasil Uji Heterokedasitas Substruktural I.....	89
Tabel IV- 14 Hasil Uji Heterokedasitas Substruktural II.....	89
Tabel IV- 15 Hasil Uji Parsial (Uji t) Substruktural I.....	91
Tabel IV- 16 Hasil Uji Parsial (Uji t) Substruktural II.....	92
Tabel IV- 17 Hasil Uji Parsial (Uji t) Subtruktural I .....	94
Tabel IV- 18 Hasil Uji Parsial (Uji t) Substruktural II.....	94
Tabel IV-19 Hasil Uji Sobel Substruktural I.....	95
Tabel IV-20 Hasil Uji Sobel Substruktural II .....	95
Tabel IV- 21 Hasil Pengaruh Variabel.....	96
Tabel IV- 22 Hasil Uji Koefisien Determinasi Subtruktural I .....	97
Tabel IV- 23 Hasil Uji Koefisien Determinasi Substruktural II .....	97
Tabel IV- 24 Hasil Uji Kolerasi .....	98
Tabel IV- 25 Hasil Uji Koefisien Determinasi Substruktural I.....	100
Tabel IV- 26 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	100
Tabel IV- 27 Hasil Uji Koefisien Determinasi Substruktural II .....	102
Tabel IV- 28 Hasil Uji Paarsial (Uji t) Substruktural II.....	102

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II- 1 Model Empiris.....	50
Gambar IV-1 Diagram Jalur.....	106



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER

LAMPIRAN 2 TABULASI DATA

LAMPIRAN 3 DATA RESPONDEN

LAMPIRAN 4 HASIL UJI VALIDITAS

LAMPIRAN 5 HASIL UJI RELIABILITAS

LAMPIRAN 6 HASIL UJI ASUMSI KLASIK

LAMPIRAN 7 HASIL UJI HIPOTESIS

LAMPIRAN 8 HASIL ANALISIS JALUR

LAMPIRAN 9 t TABEL

LAMPIRAN 10 r TABEL

LAMPIRAN 11 KARTU KONSULTASI SKRIPSI

LAMPIRAN 12 KARTU TANDA PESERTA SEMINAR

