



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN DALAM INDUSTRI FASHION  
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN DI TOKO THRIFSHOP SECONDBARKLEY)**

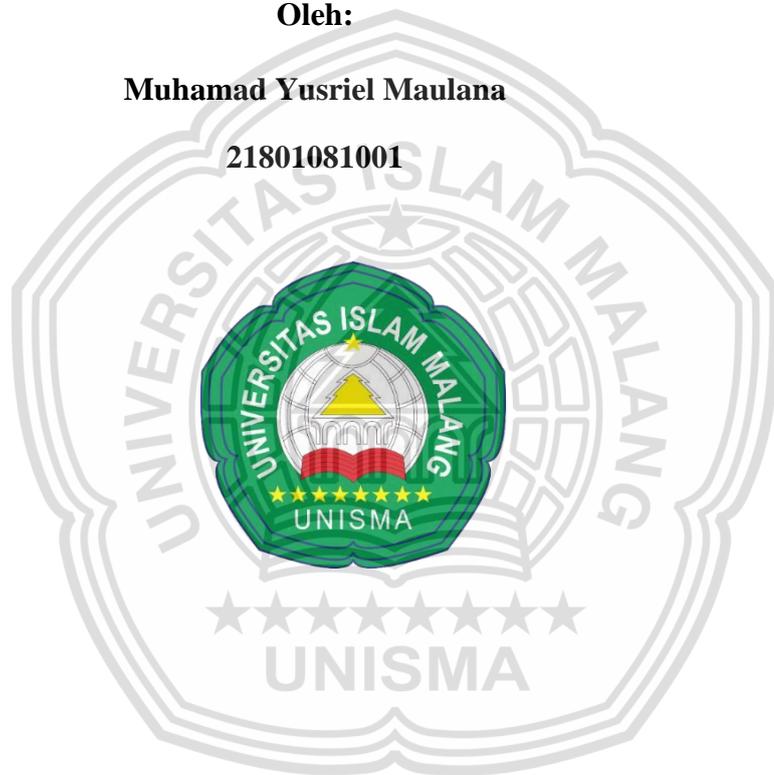
**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

**Oleh:**

**Muhamad Yusriel Maulana**

**21801081001**



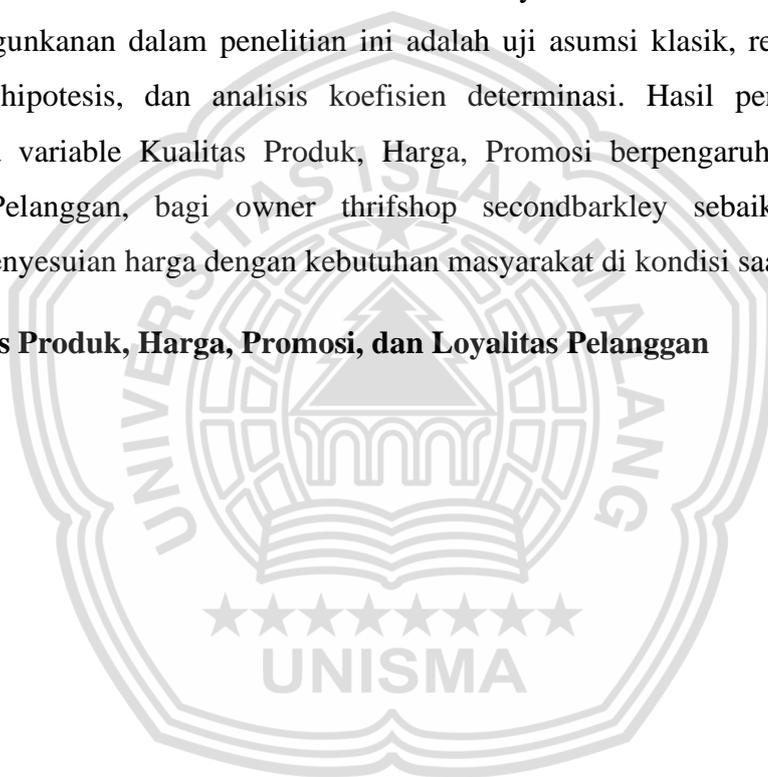
**UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**2023**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fakta kualitas produk, harga, promosi terhadap loyalitas pelanggan. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu kuantitatif dengan metode pengumpulan data berupa penyebaran kuesioner kepada 90 responden yaitu konsumen di toko thrifshop SEONDBARKLEY malang yang akan dan telah melakukan pembelian produk pakian bekas (second). Kemudaian data yang diperoleh dioalh menggunakan program komputer SPSS. Variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah Loyalitas Pelanggan (variable dependen), sedangkan variable independennya adalah Kualitas Produk, Harga, dan Promosi. Penelitian ini tealh memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Analisis data yang digunkanan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, regresi linier berganda, pengujian hipotesis, dan analisis koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa variable Kualitas Produk, Harga, Promosi berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, bagi owner thrifshop secondbarkley sebaiknya dapat mempertimbangkan penyesuaian harga dengan kebutuhan masyarakat di kondisi saat ini.

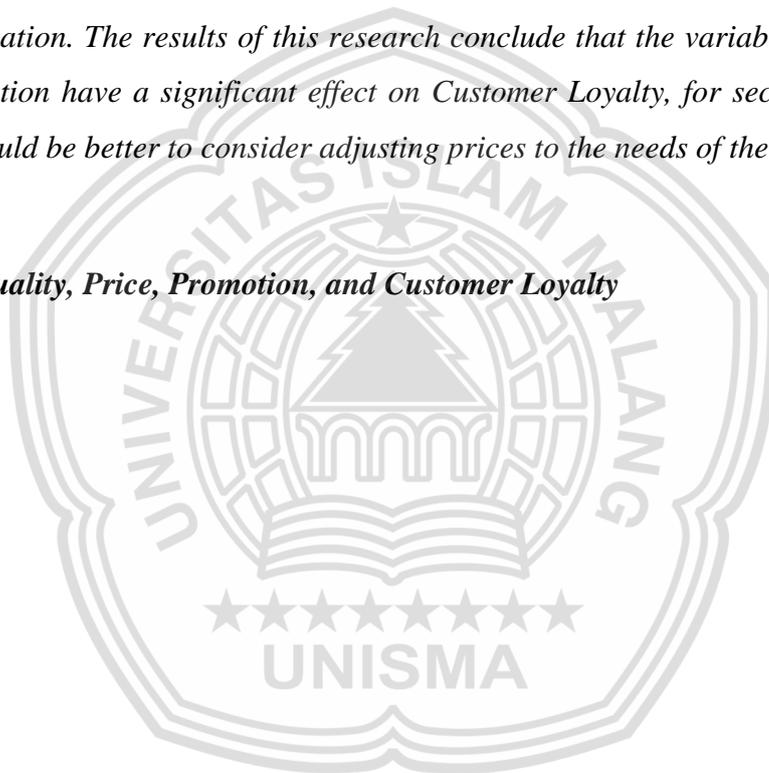
**Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Loyalitas Pelanggan**



## ABSTRACT

*This research aims to find out the influence of product quality, price, promotions on customer loyalty. The type of research used in this research is quantitative with a data collection method in the form of distributing questionnaires to 90 respondents, namely consumers at the SEONDBARKLEY thrifshop shop in Malang who will and have purchased second hand clothing products. Then the data obtained was processed using the SPSS computer program. The variable used in this research is Customer Loyalty (dependent variable), while the independent variables are Product Quality, Price and Promotion. This research has met the requirements for validity and reliability. The data analysis used in this research is classical assumption testing, multiple linear regression, hypothesis testing, and analysis of the coefficient of determination. The results of this research conclude that the variables Product Quality, Price, Promotion have a significant effect on Customer Loyalty, for seondbarkley thrifshop owners it would be better to consider adjusting prices to the needs of the community in current conditions.*

**Keywords:** *Product Quality, Price, Promotion, and Customer Loyalty*



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Perubahan dan perkembangan kondisi pasar sekarang ini telah membawa pengaruh yang begitu besar terhadap strategi yang harus ditetapkan oleh perusahaan dalam kegiatan menjaga kualitas produk, penetapan harga, serta strategi promosi/pemasaran produk yang akan mereka tawarkan, agar usaha dapat berjalan seperti yang mereka harapkan, dan feedback dari semua kegiatan tersebut adalah untuk mendapatkan kosumen tetap yang sudah berkunjung ke toko/outlet mereka. Pemasaran merupakan hal yang mutlak dan wajib dilakukan oleh perusahaan untuk mendistribusikan hasil produksi perusahaan berupa produk atau jasa kepada konsumen. Persaingan pemasaran produk berkaitan dengan kemampuan masing-masing produsen dalam mengelola manajemen produk, penetapan harga, dan pemilihan merek yang dimiliki, agar memiliki keunggulan dibandingkan dengan pesaing mereka di luar sana.

Dunia industri fashion thrift saat ini sudah sangat berkembang. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya pengusaha trifthing yang menjual pakaian preloved atau yang sering disebut dengan thriftshop, bahkan dari beberapa pengusaha juga mempromosikan produk thrifnya melalui media sosial (online).

Saat ini thriftshop sangat ramai digemari dan menjadi salah satu pilihan

untuk berwirausaha. Dari namanya, thriftshop adalah toko berhemat, awalnya ada sebagai alternatif terjangkau membeli pakaian. Dengan memanfaatkan pakaian bekas yang masih dalam kondisi bagus lalu dijual kembali, thriftshop sukses merebak menjadi trend bisnis di berbagai tempat.

Kondisi barang thrift biasanya tidak 100% mulus, namun masih layak untuk dijual. Bahkan, tidak banyak pula barang thrift yang masih terlihat seperti baru. Toko barang bekas atau thriftshop biasanya menjual berbagai macam jenis barang bekas, baik itu furniture, baju ataupun barang barang rumah tangga dengan harga murah diskon. Belanja barang bekas dinilai dapat menghemat pengeluaran. Selain itu, dengan menjual baju bekas dapat menjadi salah satu alternatif eco-friendly. Terlebih, baju merupakan kebutuhan dasar manusia.

Produk thrifting di toko SECONDBRAKLEY sangat kompetitif tidak jauh beda dengan produk yang baru. Brand yang ditawarkan adalah beberapa brand yang sedang naik daun atau brand yang banyak diminati oleh para konsumen terutama masyarakat indonesia. Dari setiap brand yang di perjual belikan memiliki ciri khas karakter masing-masing, sehingga dapat menarik minat para konsumen yang melihatnya. Dengan kualitas produk yang signifikan ini owner dari SECONDBARKLEY mencoba menjual suatu produk dengan harga yang terjangkau dengan target pasar mereka serta memiliki kualitas produk yang mumpuni, agar konsumen mereka tetap setia dengan hasil produk yg ditawarkan.

Menurut ( Astuti Miguna dan matondang Nurhafifah, 2020 ) kualitas

produk adalah segala sesuatu yang dapat kita tawarkan oleh produsen yang untuk diperhatikan, dapat digunakan, dibeli dan juga dapat dikonsumsi oleh konsumen maupun produsen sesuai dengan kebutuhan konsumen tertentu. Jika produk tersebut berkualitas dan juga produsen berani menggunakan produk yang dia tawarkan tanpa disadari beliau sudah mampu mendeskripsikan kualitas produk yang dia jual dan mempromosikan produknya kepada para konsumennya.

Selain kualitas produk saat ini penting sebuah bisnis atau usaha bisa dikatakan berhasil ketika dia sudah memiliki pelanggan tetap atau bahasa manajemennya mendapat loyalitas dari pelanggan. Loyalitas pelanggan merupakan aset dan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan. Terdapat beberapa keuntungan yang akan diperoleh perusahaan tentang pentingnya mempertahankan loyalitas pelanggan, dimana dengan adanya loyalitas pelanggan maka keuntungan bagi perusahaan antara lain, memberikan peluang pembelian ulang yang konsisten, perluasan lini produk yang dikonsumsi, penyebaran berita yang positif, menurunnya elastisitas harga, dan menurunnya biaya promosi dalam upaya untuk memberikan informasi atas keunggulan produk. Keuntungan tersebut secara langsung akan memberikan dukungan untuk upaya pencapaian keuntungan perusahaan dan pengembangan usaha untuk masa yang akan datang.

Loyalitas dipengaruhi oleh kualitas produk yang ditawarkan kepada

konsumen, hal tersebut ditunjukkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Noorhayati (2018) dimana terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Artinya bahwa dengan semakin baiknya kualitas produk maka loyalitas konsumen juga akan mengalami peningkatan.

Selanjutnya loyalitas dipengaruhi oleh penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan. Trisnadewi dan Ekawati mengenai pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan yang hasilnya menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari variabel harga terhadap loyalitas pelanggan. Adapun penelitian serupa dilakukan oleh Noorhayati (2018) yang hasilnya menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Harga Menurut Kotler dalam Sunyoto (2019:131), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Perusahaan menetapkan harga dalam berbagai cara. Di dalam perusahaan kecil, harga seringkali ditetapkan oleh manajemen puncak. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Menurut Kotler dan Keller loyalitas konsumen dapat terbentuk dengan adanya peningkatan kualitas produk, penetapan harga dan aktivitas promosi yang dilakukan perusahaan. Jadi dengan semakin baiknya upaya perusahaan dalam pemenuhan hal-hal tersebut maka loyalitas konsumen dapat terwujud. Upaya yang dilakukan perusahaan agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat.

Selanjutnya harga juga sangat penting untuk membantu konsumen dalam

memilih dan mempertimbangkan produk yang ditawarkan produsen. Harga merupakan satu satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran). Kebijakan penetapan harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat. Kegiatan atau aktivitas pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

Variabel selanjutnya yang mempengaruhi loyalitas yaitu mengenai promosi, promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau mengiklankan suatu produk atau jasa dengan tujuan menarik konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi, produsen atau distributor mengharapkan kenaikan angka penjualan dan meningkatkan profit atau keuntungan.

Menurut Cardia (2019) dimana terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi dengan loyalitas pelanggan. Promosi menurut Kurniawan adalah suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang sebelumnya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan mengingat produk tersebut.

Giri dan Jatra menyebutkan bahwa semakin sering suatu produk dipromosikan maka tidak menutup kemungkinan produk tersebut akan

mendorong para konsumen untuk mencoba dan dengan membeli langsung produk. Jadi dapat dikatakan bahwa dengan semakin baiknya atau jelasnya informasi yang diberikan melalui kegiatan promosi maka konsumen akan mendapatkan informasi secara benar sehingga mendukung upaya untuk menciptakan loyalitas pelanggan.

Konsistensi dari toko thrifshop SECONDBARKLEY dalam menjaga kualitas produk, harga, dan promosi yang baik bagi konsumen, membuat pelanggan mampu memberikan pilihan pembelian walaupun banyak pesaing di luaran sana menjual produk thrift dengan merek dan trend fashion yang tidak jauh berbeda dengan yang diketahui dari konsumen toko thriftshop SECONDBARKLEY, oleh karena itu, si penulis akan melakukan penelitian dengan judul **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DALAM INDUSTRI FASHION ( Studi kasus pada konsumen di toko thrifshop SECONDBARKLEY )** ★★★★★★

## 1.2 Rumusan Masalah

Sesuai uraian dilatar belakang tersebut rumusan permasalahan dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk, Harga, promosi secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan di thrifshop Secondbarkley?
2. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan di thrifshop Secondbarkley?
3. Bagaimana pengaruh Harga secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan di thrifshop Secondbarkley?
4. Bagaimana pengaruh Promosi secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan di thrifshop Secondbarkley?

### **1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini berdasarkan uraian rumusan masalah diatas, ialah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi secara simultan terhadap Loyalitas Pealanggan di toko thrifshop Secondbarkley.
2. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk secara parsial terhadap Loyallitas Pelanggan di toko thrifshop Secondbarkley.
3. Untuk menganalisis pengaruh Harga secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan di toko thrifshop Secondbarkley.
4. Untuk menganalisis pengaruh Promosi secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan di toko thrifshop Secondbarkley.

#### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

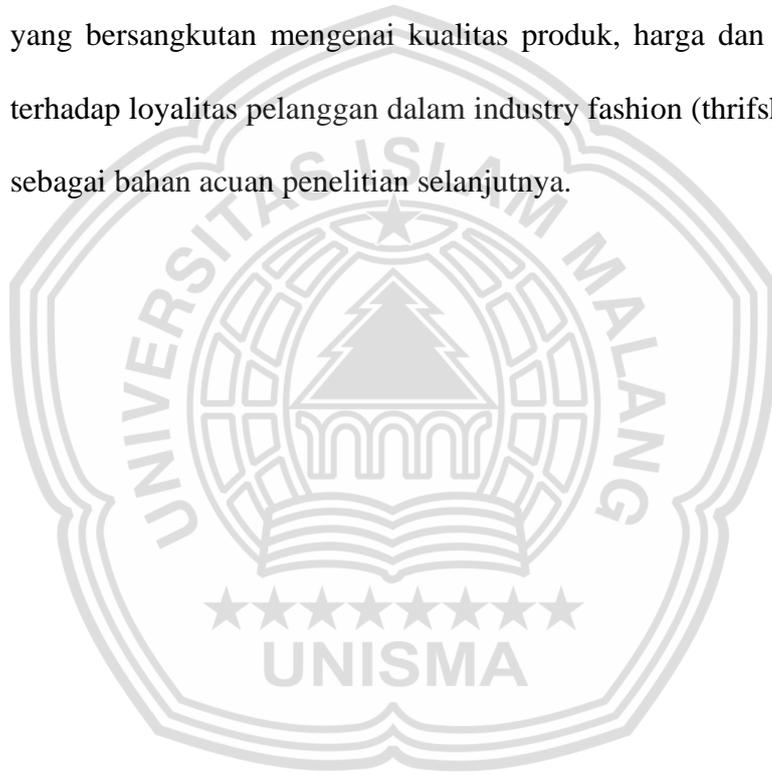
Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat berikut ini:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai kualitas produk, harga, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan dalam industry fashion khususnya Thrifshop.

2. Manfaat praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan yang bermanfaat bagi penelitian, khususnya penelitian yang bersangkutan mengenai kualitas produk, harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan dalam industry fashion (thrifshop) dan sebagai bahan acuan penelitian selanjutnya.





## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Industri Fashion (Studi Kasus Pada Konsumen Di Toko *Thrifshop Seconfdbarkley*). Kesimpulan yang diambil berdasarkan hasil analisis dan pembahasan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji F disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Promosi (X3) secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Industri Fashion (Studi Kasus Pada Konsumen Di Toko *Thrifshop Seconfdbarkley*)
2. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara Kualitas Produk (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Industri Fashion (Studi Kasus Pada Konsumen Di Toko *Thrifshop Seconfdbarkley*)
3. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara Harga (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Industri Fashion (Studi Kasus Pada Konsumen Di Toko *Thrifshop Seconfdbarkley*).
4. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini secara parsial dapat disimpulkan bahwa Promosi (X3) mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Industri Fashion (Studi Kasus Pada Konsumen Di Toko *Thrifshop Seconfdbarkley*)

#### 5.2 Keterbatasan

Keterbatasan peneliti dalam melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan karena hanya menggunakan variabel Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Industri Fashion terhadap Loyalitas Pelanggan.

2. Sasaran penelitian terbatas hanya akan dilakukan pada Konsumen Di Toko *Thrifshop Seconfdbarkley*).

### 5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan peneliti di atas, maka peneliti menawarkan saran sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya dapat menyelidiki variabel lain seperti pengaruh kenyamanan terhadap Minat Nasabah menggunakan Konsumen Di Toko *Thrifshop Seconfdbarkley*.
2. Sebaiknya penelitian lebih lanjut dilakukan pada toko kosmetik yang lain yang ada di Malang sebanyak-banyaknya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Astuti. (2020) *Pengertian Kualitas Produk*.
- Burhanudin. (2018). *Pengaruh Harga, Kualitas Layanan Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen*.
- Daniel I. Nyoman Renatha Cardia. (2019). *Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Kartu Smartfreen di Kota Denpasar*.
- Fadhilah. (2018). *Pengaruh HARGA, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Berdampak Pada Loyalitas*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*
- Insani & Madaati. (2020) *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan GoFood di Kota Bandung*.
- Kotler dan Keller. (2012). *Marketing Management*. Edisi 13. New Jersey.
- Kotler dan Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif Dan R&B. In 1*. Alfabeta.
- Simanjuntak & Ardani. *Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan*.
- Tjiptono. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Young on top. (2023). *Pengertian Industri Fashion*.

