



**ANALISIS PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK, DISKON HARGA,
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
RESHARE RABBANI SUMENEP**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang sebagai

Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Fadlilatul Khairiyah

NPM. 21801081427



UNIVERSITAS ISLAM MALANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

MALANG

2022

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *diferensiasi* produk, diskon harga, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Reshare Rabbani sumenep. Penelitian ini menggunakan studi kasus pada pelanggan Reshare Rabbani Sumenep di mana data didapatkan dengan cara menyebarkan kuisioner kepada pelanggan Reshare Rabbani Sumenep menggunakan metode purposive sampling. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti jumlahnya sehingga digunakan rumus Hair et.al yang diperoleh jumlah sampel sebanyak 95 responden. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan atau bersama-sama variabel *diferensiasi* produk, diskon harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dan secara parsial variabel *diferensiasi* produk, diskon harga, dan kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Loyalitas pelanggan, *diferensiasi* produk, *diskon harga*, kualitas pelayanan



ABSTRACT

The study aims to know and analyze the impact of product differentiation, discounts prices, and services on the loyalty of Rabbani Sumenep Reshare customers. The study used case studies on Rabbani Sumenep's Reshare customers where the data was obtained by distributing the questionnaire to Rabbani sumenep's reshare using a sampling method. The population in this study is not definitely known as the number, so it uses the formula of hair et.al that obtained the number of samples as much as 95 respondents. The method of analysis used is the linear, linear regression analysis.

The research shows that simultaneous or together dissociative variables of product, discount prices, and quality services affect customer loyalty and are partial deferment variables of product dissociation, discount prices, and service quality also have an effect on customer loyalty.

Key words: *customer loyalty, product deferation, price discount, quality of service*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia merupakan negara berkembang dengan tingkat penduduk yang tinggi serta pertumbuhan ekonomi dan bisnis yang signifikan. Terlebih lagi setelah memasuki era globalisasi di mana masing-masing negara sudah bersaing secara ketat. Seiring berkembangnya strategi pemasaran, perusahaan tidak cukup hanya fokus untuk menciptakan produk-produk terbaik ataupun memperluas pasar. Tantangan pemasaran saat ini yaitu harus selektif dalam mempertahankan loyalitas pelanggan agar penjualan tetap stabil serta mampu bersaing dengan kompetitor lainnya. Salah satu faktor utama untuk menjamin loyalitas pelanggan adalah menjalin hubungan sebaik mungkin dengan pelanggan. Di tambah dengan berkembangnya dunia digital, kondisi persaingan semakin ketat sehingga mendorong suatu perusahaan untuk menciptakan inovasi-inovasi baru dari segi kualitas produk ataupun pelayanan terhadap pelanggan agar tidak beralih ke perusahaan pesaing.

Loyalitas pelanggan merupakan hal utama dalam menjalankan suatu usaha. Dengan rasa kepercayaan dan loyalitas pelanggan yang tinggi maka akan memberikan dampak yang menguntungkan dalam jangka panjang terhadap perusahaan. Secara garis besar semua perusahaan ingin mengikat pelanggannya selama-lamanya, karena menciptakan pelanggan yang loyal adalah inti dari setiap bisnis.

Setiap pelanggan melakukan pembelian dengan harapan tertentu mengenai apa yang dirasakan dari produk tersebut ketika digunakan, setidaknya

memenuhi atau melebihi apa yang mereka harapkan. Jika mereka merespond negatif terhadap produk maka akan sangat mempengaruhi niat pembelian ulang dan mencoba produk lain, namun sebaliknya jika pelanggan merespon positif terhadap produk maka ia akan melakukan pembelian ulang secara terus menerus dan menjadi pelanggan yang setia. Jika pelanggan yang setia semakin bertambah maka perusahaan akan semakin maju dan berkembang. Oleh karena itu perusahaan harus memperhatikan kualitas dari seluruh aspek yang sekiranya berkaitan dengan kepuasan pelanggan baik dari segi produk, pelayanan, ataupun harga dari setiap produk.

Suatu perusahaan harus mempunyai perbedaan tersendiri pada produknya dari para pesaing, agar pelanggan memiliki alasan yang kuat untuk tetap mempertahankan kepercayaannya dan loyal terhadap produk, tidak hanya melakukan pembelian ulang secara terus menerus tetapi juga merekomendasikan untuk melakukan pembelian juga terhadap produk. Perbedaan itu bisa berupa kualitas produk, kualitas pelayanan, pemberian diskon harga, desain, juga kehandalan sehingga menjadi faktor utama agar bisa unggul dalam persaingan di pasar global.

Selain mendiferensiasikan produk, pemberian diskon harga juga merupakan faktor yang sangat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Harga yang rendah atau harga yang terjangkau sering kali menjadi pemicu dalam meningkatkan kinerja pemasaran. Dalam penelitian (Henggrawan dkk., 2020) menyatakan bahwa diskon (*discount*) dewasa ini memegang pengaruh besar bagi para pelanggan dikarenakan diskon adalah pengurangan dari harga tercatat yang

diajukan penjual kepada pembeli yang tidak melakukan fungsi pemasaran tertentu atau melakukan fungsi pemasaran atau melakukan sendiri fungsi itu .

Kualitas pelayanan juga merupakan faktor penting dalam pemasaran, sekaligus sebagai penentu dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Hal tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu dari (Apriansa, 2020) dimana kualitas layanan adalah unsur penentu dalam suatu perusahaan untuk mempertahankan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan persepsi pelanggan terhadap keunggulan suatu layanan.

Penelitian ini terletak di Kota Sumenep tepatnya pada Rabbani cabang Sumenep yang mana merupakan perusahaan garment yang bergerak dalam bidang retail busana muslim dengan tagline professor kerudung Indonesia. Rabbani merupakan salah satu perusahaan kerudung instan pertama dan terbesar di Indonesia. Namun seiring berkembangnya teknologi Rabbani juga telah mengembangkan beberapa produk lain yaitu busana muslim di antaranya kemko, tunik, kastun, serta perlengkapan lain seperti ciput, masker, kaos kaki, dan aksesoris lainnya.

Sewaktu pertama didirikan, Rabbani ingin merubah pandangan sebagian besar masyarakat yang berfikir bahwa wanita yang memakai busana muslim itu kurang modi bahkan dibilang mati gaya. Untuk itu Rabbani ingin menunjukkan bahwa wanita yang memakai busana muslim itu juga bisa terlihat modern dan terhormat serta tampil gaya dan trendy yang syar'i. Namun di sisi lain, Rabbani juga menghadapi tantangan yang besar. Hal tersebut dikarenakan pada waktu itu wanita yang memakai busana muslimah masih jarang dan belum menjadi trend seperti sekarang.

Terbukti dari kegigihan pemilik yang sangat menjaga kualitas dari produknya dan selalu melakukan inovasi baru sehingga hasil produknya terlihat lebih bagus. Dari segi inovasi terlihat dari yang pada awalnya produk Rabbani hanya memproduksi kerudung instan namun sekarang banyak produk yang telah dikembangkan, meliputi kemko, tunik, kastun, serta perlengkapan lain, sehingga membuat pelanggan merasa puas berbelanja di Rabbani. Dari segi kepuasan pelanggan inilah yang sangat penting dalam menentukan loyalitas pelanggan, melalui kepuasan dari hasil produknya serta pelayanannya atau diskon harga yang sering diberikan secara besar besaran hingga 50%, yang diharapkan pelanggan akan melakukan pembelian ulang secara terus menerus. Hingga saat ini sudah banyak pelanggan yang mengenal Rabbani dan mereka sudah sering pula menggunakan beberapa produk dari perusahaan tersebut.

Berdasarkan pemaparan di atas sehingga penilitan ini diberikan judul “Analisis Pengaruh *Diferensiasi* Produk, Diskon Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Reshare Rabbani Sumenep”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

- a. Apakah *diferensiasi* produk, diskon harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Reshare Rabbani Sumenep ?
- b. Apakah *diferensiasi* produk berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan Reshare Rabbani Sumenep?

- c. Apakah diskon harga berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan Reshare Rabbani Sumenep?
- d. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan Reshare Rabbani Sumenep?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

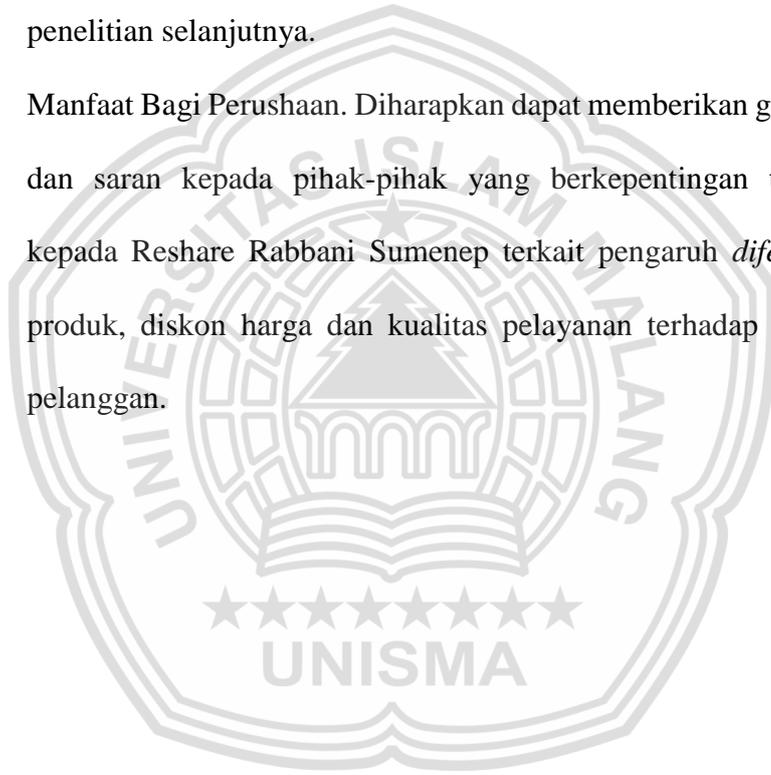
Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan melakukan penelitian ini di antaranya:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis bahwa *diferensiasi* produk, diskon harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Reshare Rabbani Sumenep
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis bahwa *diferensiasi* produk berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan Reshare Rabbani Sumenep
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis bahwa diskon harga berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan Reshare Rabbani Sumenep
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan Reshare Rabbani Sumenep

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari melakukan penelitian pada Reshare Rabbani Sumenep adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis. Diharapkan dapat memberikan informasi serta wawasan antara teori dan praktik tentang pengaruh *diferensiasi* produk, diskon harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
- b. Manfaat Praktis. Diharapkan dapat Memberikan referensi bagi peneliti yang sama tentang pengaruh *diferensiasi* produk, diskon harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di penelitian selanjutnya.
- c. Manfaat Bagi Perusahaan. Diharapkan dapat memberikan gambaran dan saran kepada pihak-pihak yang berkepentingan terutama kepada Reshare Rabbani Sumenep terkait pengaruh *diferensiasi* produk, diskon harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa:

- a. Berdasarkan hasil uji F dalam regresi linier berganda diperoleh bahwa variabel *diferensiasi* produk, diskon harga, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Reshare Rabbani Sumenep.
- b. Berdasarkan hasil uji t dalam regresi linier berganda variabel *diferensiasi* produk, diskon harga, dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Reshare Rabbani Sumenep.
- c. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi (R^2) diketahui nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,605. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *diferensiasi* produk, diskon harga, dan kualitas pelayanan secara keseluruhan memberikan pengaruh sebesar 60,5% terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan sisanya sebesar 39,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

5.2 Keterbatasan Penelitian

- a. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel independen yaitu *diferensiasi* produk, diskon harga, dan kualitas pelayanan
- b. Berdasarkan nilai *Adjusted R Square*, variabel *independen* memiliki pengaruh sebesar 60,5% terhadap variabel *dependen*, sedangkan sebesar

35,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya. Sehingga selain faktor *diferensiasi* produk, diskon harga, dan kualitas pelayanan. Masih banyak faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan pada Reshare Rabbani Sumenep.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

- a. Untuk Reshare Rabbani dipandang perlu untuk terus mempertahankan bahkan meningkatkan standarisasi terkait dengan *diferensiasi* produk, diskon harga, dan kualitas pelayanan. Hal ini didasarkan pada hasil penelitian bahwa loyalitas konsumen kepada produk reshare Rabbani berbanding lurus dengan *diferensiasi* produk, diskon harga dan kualitas pelayanan. Semakin efektif *diferensiasi* produk, diskon harga, serta kualitas pelayanan yang diterapkan oleh Reshare Rabbani maka semakin meningkat juga loyalitas konsumen.
- b. Untuk penelitian selanjutnya, variabel independen yang di gunakan bisa dikembangkan atau diganti dengan variabel lain, misalnya *brand image*, factor lokasi, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan. Tidak hanya pada persoalan *diferensiasi* produk, diskon harga, dan kualitas layanan.
- c. Dalam penelitian selanjutnya metode pengumpulan data bisa dilanjutkan dengan pemberian kuesioner dan wawancara sehingga data yang dikumpulkan akan lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Nugrah, Y. (2018). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Inovasi Produk Loyalitas Konsumen CV. Jatnika Collection (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Agung, Anak Agung Putu. (2017). Metodologi Penelitian Bisnis. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press)
- Apriansa, F. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Mm Fashion Murah Meriah Di Kec. Ilir Barat I Kota Palembang. (Doctoral dissertation, UIN Raden Fatah Palembang).
- Aryatiningrum, S. W., & Insyirah, A. I. (2020). Pengaruh *Price Discount* terhadap Loyalitas Konsumen pada Pengguna Online Marketplace. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 946.
- Assauri, S. (2013). *Strategic Marketing*. Jakarta: Raja Wali Pers
- Bastanta, M. I. T. (2020). Analisis Pengaruh Kemudahan Pengalaman dan Ikatan Emosi terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Indihom (studi kasus Medan Helvetia). (Repository Universitas Pembangunan Panca Budi).
- Dejawata, T. B. (2014). Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan “Cake in Jar” Cafe Bunchbead Kota Malang) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Ersa, T. Y. (2013). Pengaruh Diferensiasi Produk dan Inovasi Produk terhadap Loyalitas Konsumen (Studi kasus pada konveksi CV. Labonita Makmur Raharjo, Kudus).
- Finistyawan, Y. K. K. & Bessie, J. L. D. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Travel di Kabupaten Malaka (Studi Pada Travel Betun Mandiri Expres). 12(2), 149–165.
- Ghozali, Imam. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2013). Aplikasi analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

- Giantari, Gusti Ayu Ketut, dkk. (2021). Peran Digital Marketing Untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus: Sektor Kuliner di Bali). Bandung : CV. Media Sains Indonesia
- Henggrawan, A. Agung, A. A. P., & Anggraini, N. P. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Diskon, *Customer Relationship Management (CRM)* Terhadap Loyalitas Konsumen Pada P.T. Ramayana Lestari Sentosa Tbk. Denpasar. *Emas*, 1(1), 43–66.
- Indrasari, Meithiana.(2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Jayanti, N. A., Saroh, S., & Zunaida, D. (2020). Pengaruh Potongan Harga, Voucher Kupon dan Garansi Produk terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Toko Quds Textille Kota Malang). *Jiagabi (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 9(2), 322–329.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2012). (terj. Bob Sabran) Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2012). (terj. Bob Sabran) Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: Erlangga
- Kurniawan, Robert dan Yuniarto. (2016). Analisis Regresi. Jakarta: Kencana
- Lestari, S. I. P. (2018). Pengaruh *Price Discount* dan Bonus Pack terhadap *Impulse Buying* melalui Nilai Hedonik di Carrefour Surakarta. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 7(2), 129.
- Mauludin. (2013). Marketing Research: Paduan Bagi Manajer, Pimpinan Perusahaan Organisasi. Jakarta: Penerbit Elex Media Komputindo
- Malikhatun, M. (2019). Pengaruh Diferensiasi Produk, Inovasi Produk, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan(Studi Kasus pada Pelanggan Dahlia Bordir Kudus). Undergraduate thesis, IAIN Kudus
- Noor, F. V. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (Studi Pada Alfatih Business Center II HPAI Kota Bengkulu). In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 4, Issue 1).
- Prasetyo, M. A., & Arifin, R. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(12).

- Rachman, F. Y. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Muslim pada Grosir Hijab Najman Collection Kota Pekalongan. Undergraduate Thesis thesis, IAIN Pekalongan
- Rusdian, S., & Hildayani, N. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Roseberry Cake Shop Garut). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 132–140.
- Rifa'i, Hamdan. (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta : Hikam Pustaka
- Sumanto. (2014). *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian*. Jakarta : PT Buku Seru
- Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung : IKAPI
- Sumarwan, Ujang. dkk. (2018). *Riset pemasaran dan Konsumen*. Bogor: PT Penerbit IPB Press
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Strategi*. Yogyakarta: Andi
- Tulloch, I., & Utama, H. B. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan di Distro Bloods Solo. *Kelola*, 7(2), 211–222.
- Wulandari, N. (2020). Pengaruh Potongan Harga (*Price Discount*) terhadap Keputusan *Impulse Buying* pada Perusahaan Ritel Jumbo Mart. Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Khasim Riau Pekanbaru.