

**PENGARUH HARGA, *DIGITAL MARKETING*, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
PADA *CLOTHING BRAND* LOKAL**

(Studi pada Barley Division Blitar)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Disusun Oleh :

DEVINA FAYZA WIDANTA

Nomor Pokok : K.2020.1.35214

Jurusan : Manajemen

Program Studi : *Marketing*

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)

MALANGKUÇEWARA

MALANG

2024

**PENGARUH HARGA, *DIGITAL MARKETING*, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
PADA *CLOTHING BRAND* LOKAL
(Studi pada Barley Division Blitar)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Disusun Oleh :

DEVINA FAYZA WIDANTA

K.2020.1.35214

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)

MALANGKUÇEWARA

MALANG

2024

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH HARGA, DIGITAL MARKETING, DAN KUALITAS PRODUK, TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN PADA CLOTHING BRAND LOKAL (STUDI PADA BARLEY DIVISION BLITAR)

Oleh :

DEVINA FAYZA WIDANTA

K.2020.1.35214

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal :
05 Februari 2024 dan dinyatakan LULUS

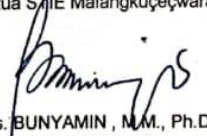
Menyetujui,

Dosen Pembimbing


IMAMA ZUCHROH, B.Sc., M.COM

Mengetahui,

Ketua STIE Malangkuçeçwara


Drs. BUNYAMIN, M.M., Ph.D.
NIK 202.710.182

SURAT PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 26 Januari 2024

Mahasiswa



Devina Fayza Widanta

NPK: K-2020.1.35214

SURAT KETERANGAN RISET

SURAT KETERANGAN RISET

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Imama Zuchroh B.Sc., M.Com
NIK : 202.710.296

Sebagai dosen pembimbing skripsi dari:

Nama : Devina Fayza Widanta
NPK : K.2020.1.35214
Program Studi : Manajemen
Alamat :
No HP :
E-mail :

menerangkan bahwa mahasiswa STIE Malangkuçeçwara tersebut telah mengadakan riset dengan data diambil dari Barley Division Blitar.

Data digunakan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul:

“PENGARUH HARGA, *DIGITAL MARKETING*, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA *CLOTHING BRAND* LOKAL (STUDI PADA BARLEY DIVISION BLITAR)”

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 25 Januari 2024

Dosen pembimbing skripsi,



(Imama Zuchroh, B.Sc., M.Com)

NIK. 202.710.296

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Tuhan Allah SWT atas segala nikmat, berkat, dan karunia-Nya yang senantiasa mengiringi proses kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, *Digital Marketing*, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada *Clothing Brand* Lokal (Studi Pada Barley Division Blitar)” dengan baik dan tepat waktu. Penulisan skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi syarat kelulusan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada STIE Malangkuçeçwara Malang. Dengan itu pada kesempatan kali ini penulis berkenan untuk menyampaikan rasa terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu proses penulisan dan dalam kelancaran penyelesaian skripsi ini yaitu kepada:

1. Kepada Allah SWT, karena berkat dan rahmat karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi hingga akhir.
2. Kepada kedua orang tua saya dan keluarga yang selalu mendoakan dan mendukung dalam bentuk apapun untuk kelancaran penulis dalam menempuh pendidikan, dan dengan sabar melihat penulis yang sedang berproses.
3. Bapak Drs. Bunyamin, MM., Ph.D selaku ketua STIE Malangkuçeçwara Malang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh Pendidikan di kampus STIE Malangkuçeçwara Malang.
4. Ibu Dra. Lindananty, M,M selaku Kepala Jurusan Manajemen yang telah memberikan sarana dan prasarana serta kemudahan kepada penulis selama menempuh pendidikan.
5. Bapak Drs. Agussalim Ardiansyah, MM. selaku dosen wali yang selalu membantu dan mengarahkan selama menempuh pendidikan.
6. Ibu Imama Zuchroh, B.Sc., M.Com selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan serta memberikan solusi dan dukungan terhadap masalah yang dihadapi penulis dengan sabar dan dapat mudah dipahami oleh penulis.

7. Seluruh Dosen S1 Manajemen yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama menempuh pendidikan.
8. Kepada seluruh teman dekat saya, seluruh anggota Peninju Congkak Dunia/Jangan Keluar, Pecinta Tembok Besar, The Same-Same, Punkimak, Adelia Cindy selaku tutor SPSS, Septia Putri selaku teman seperjuangan bimbingan Ibu Imama *pride*, dan seluruh rekan-rekan dekat saya yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu. Terima kasih sudah menemani, menyaksikan proses penulisan, memberikan saran, masukan, motivasi, semangat, dan caciian makian kepada penulis saat sedang demotivasi.
9. Kepada Vincent dan Desta, Daniel Baskara Putra (Hindia), Dewa-19, SO7, Maliq & D'Essentials, LANY, The Smiths, Trio Kurnia, The Prediksi, Praz Teguh, Agak Laen *Podcast*, Tonight Show, LaporPak, dan Main Hakim Sendiri serta seluruh *playlist* Spotify kesayangan saya yang telah memberikan hiburan kepada penulis dikala penat dan memberikan keceriaan serta semangat dalam proses penulisan skripsi. Serta kepada seluruh masyarakat penghibur di Levels Brewhouse yang telah memberikan wadah untuk menyalurkan ekspresi.
10. Seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan kepada penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Malang, 27 Januari 2024

Penulis,



Devina Fayza Widanta

ABSTRAK

Kajian ini ditujukan guna menganalisa pengaruh harga, pemasaran digital dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen merek pakaian lokal Barley Division. Metode penelitiannya emmakai deskriptif kuantitatif. Populasinya yakni konsumen Barley Division Blitar sebanyak 563 orang dan sampel sebanyak 85 orang. Kajian ini memuat dua variabel yakni independen dan dependen yang diukur menggunakan skala likert dengan datanya memakai primer dan sekunder. Data primer disatukan lewat kuesioner dan data sekunder berdasarkan literatur. Hasilnya mencerminkan bahwasanya harga, pemasaran digital, dan kualitas produk punya pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Harga; Digital Marketing; Kualitas Produk; Loyalitas Konsumen; Clothing Brand Lokal

ABSTRACT

This study is aimed at analyzing the influence of price, digital marketing and product quality on consumer loyalty for local clothing brand Barley Division. The research method uses quantitative descriptive. The population is 563 Barley Division Blitar consumers and a sample of 85 people. This study contains two variables, namely independent and dependent, which are measured using a Likert scale with primary and secondary data. Primary data is combined through questionnaires and secondary data based on literature. The results reflect that price, digital marketing and product quality have a significant influence on consumer loyalty.

Keywords: Price; Digital Marketing; Product Quality; Consumer Loyalty; Local Clothing Brand

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT, atas lipahan Rahmat dan hidayah-Mu penulis dapat menyajikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga, *Digital Marketing*, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada *Clothing Brand* Lokal (Studi Pada Barley Division Blitar)”. Penulisan skripsi ini disusun bertujuan untuk memenuhi syarat kelulusan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Malangkuçewara Malang.

Sangat disadari bahwa dengan kekurangan dan keterbatasan yang penulis miliki, meskipun telah mengerahkan segala kemampuan untuk lebih teliti, tetapi penulis menyadari masih banyak kekurangtepatan dalam penyajian tulisan di skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Malang, 27 Januari 2024

Penulis,



Devina Fayza Widanta

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN	i
LEMBAR JUDUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
SURAT KETERANGAN RISET	v
RIWAYAT HIDUP	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Tinjauan Teori	7
2.1.1 Harga	7
2.1.1.1 <i>Pengertian Harga</i>	7

2.1.1.2	<i>Indikator Penetapan Harga</i>	7
2.1.1.3	<i>Hubungan Harga dan Loyalitas Konsumen</i>	7
2.1.2	<i>Digital Marketing</i>	8
2.1.2.1	<i>Pengertian Digital Marketing</i>	8
2.1.2.2	<i>Elemen Digital Marketing</i>	8
2.1.2.3	<i>Indikator Digital Marketing</i>	9
2.1.2.4	<i>Hubungan Digital Marketing dan Loyalitas Konsumen</i>	9
2.1.3	<i>Kualitas Produk</i>	10
2.1.3.1	<i>Pengertian Kualitas Produk</i>	10
2.1.3.2	<i>Aspek-aspek Dimensi Kualitas Produk</i>	10
2.1.3.3	<i>Indikator Kualitas Produk</i>	11
2.1.3.4	<i>Hubungan Kualitas Produk dan Loyalitas Konsumen</i>	11
2.1.4	<i>Loyalitas Konsumen</i>	11
2.1.4.1	<i>Pengertian Loyalitas Konsumen</i>	11
2.1.4.2	<i>Dimensi Loyalitas Konsumen</i>	12
2.1.4.3	<i>Indikator Loyalitas Konsumen</i>	12
2.2	<i>Penelitian Terdahulu</i>	12
2.3	<i>Model Konseptual Penelitian</i>	16
2.4	<i>Pengembangan Hipotesis</i>	17
BAB III METODE PENELITIAN		19
3.1	<i>Jenis Penelitian</i>	19
3.2	<i>Populasi dan Sampel</i>	19
3.2.1	<i>Populasi</i>	19
3.2.2	<i>Sampel</i>	19
3.3	<i>Variabel, Operasionalisasi, dan Pengukuran</i>	20
3.3.1	<i>Variabel</i>	20

3.3.2	Operasionalisasi	21
3.3.3	Pengukuran	23
3.4	Metode Pengumpulan Data	23
3.4.1	Pengujian Instrumen Penelitian	24
3.4.1.1	<i>Uji Validitas</i>	24
3.4.1.2	<i>Uji Reliabilitas</i>	24
3.5	Metode Analisis	24
3.5.1	Analisis Statistik Deskriptif	24
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	25
3.5.2.1	<i>Uji Normalitas</i>	25
3.5.2.2	<i>Uji Multikolinearitas</i>	25
3.5.2.3	<i>Uji Heteroskedastisitas</i>	25
3.5.3	Analisis Linier Berganda	26
3.5.4	Uji Kelayakan Model	26
3.5.4.1	<i>Koefesien Determinasi</i>	26
3.5.4.2	<i>Uji Hipotesis</i>	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		28
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	28
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	28
4.1.1.1	<i>Struktur Organisasi Perusahaan</i>	29
4.1.2	Gambaran Umum Responden	30
4.1.2.1	<i>Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</i>	30
4.1.2.2	<i>Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia</i>	31
4.1.2.3	<i>Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan</i>	32
4.2	Hasil Penelitian	32
4.2.1	Analisis Deskriptif	32
4.2.1.1	<i>Harga (X1)</i>	33

4.2.1.2 <i>Digital Marketing (X2)</i>	34
4.2.1.3 <i>Kualitas Produk (X3)</i>	36
4.2.1.4 <i>Loyalitas Konsumen (Y)</i>	37
4.3 Pengujian Model dan Hipotesis	39
4.3.1 Uji Instrumen	39
4.3.1.1 <i>Uji Validitas</i>	39
4.3.1.2 <i>Uji Reliabilitas</i>	41
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	41
4.3.2.1 <i>Uji Normalitas</i>	41
4.3.2.2 <i>Uji Multikolinearitas</i>	42
4.3.2.3 <i>Uji Heteroskedastisitas</i>	43
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda	44
4.3.4 Uji Hipotesis	45
4.3.4.1 <i>Koefisien Determinasi</i>	45
4.3.4.2 <i>Uji T</i>	46
4.4 Pembahasan	48
4.4.1 Pengaruh Harga (X1) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y)	48
4.4.2 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> (X2) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y)	49
4.4.3 Pengaruh Kualitas Produk (X3) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y)	50
BAB V PENUTUP	52
5.1 Kesimpulan	52
5.2 Kontribusi Penelitian	52
5.3 Keterbatasan Penelitian	53
5.4 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Kerangka Konseptual	17
Gambar 4.1 Produk Barley Division	29
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Barley Division	29
Gambar 4.3 Penyebaran Jenis Kelamin Responden	30
Gambar 4.4 Penyebaran Usia Responden	31
Gambar 4.5 Penyebaran Jenis Pekerjaan Responden	32

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian	21
Tabel 3.2 Tabel Skala Likert	23
Tabel 4.1 Tabel Variabel X1	33
Tabel 4.2 Tabel Variabel X2	34
Tabel 4.3 Tabel Variabel X3	36
Tabel 4.4 Tabel Variabel Y	37
Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel	40
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Variabel	41
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	42
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Heterokedastisitas	43
Tabel 4.10 Regresi Linear Berganda	44
Tabel 4.11 Koefesien Determinasi	46
Tabel 4.12 Hasil Uji T	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	58
Lampiran 2 Data Responden Pengisian Kuesioner	61
Lampiran 3 Hasil Analisis SPSS Statistik Deskriptif	66
Lampiran 4 Hasil Analisis SPSS Uji Validitas	67
Lampiran 5 Hasil Analisis SPSS Uji Reliabilitas	69
Lampiran 6 Hasil Analisis SPSS Uji Normalitas	69
Lampiran 7 Hasil Analisis SPSS Uji Multikolinearitas	69
Lampiran 8 Hasil Analisis SPSS Uji Heterokedastisitas	69
Lampiran 9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	70
Lampiran 10 Hasil Analisis SPSS Uji Koefesien Determinasi	70
Lampiran 11 Hasil Analisis SPSS Uji Hipotesis (Uji T)	70