

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN  
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN DI TOKO  
*ROYAL FASHION* BOJONEGORO**

**SKRIPSI**



**diajukan sebagai salah satu syarat untuk  
memperoleh gelar Sarjana Pendidikan**

**Oleh:  
Siti Muthoharoh  
NIM: 21210083**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
IKIP PGRI BOJONEGORO  
TAHUN 2025**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN  
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN DI TOKO  
*ROYAL FASHION* BOJONEGORO**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada  
IKIP PGRI BOJONEGORO  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan  
Dalam memperoleh gelar Sarjana Pendidikan**

**Oleh:**

**Siti Muthoharoh  
21210083**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
IKIP PGRI BOJONEGORO  
2025**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di toko *Royal Fashion* Bojonegoro” disusun oleh:

Nama : Siti Muthoharoh

NIM : 21210083

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Untuk disetujui oleh dosen pembimbing skripsi dan diajukan ke tahap sidang skripsi

Bojonegoro, 06 juli 2025

Dosen Pembimbing I



**Dr. Taufiq Hidayat, M. Pd.**  
NIDN. 0727128902

Dosen Pembimbing II



**Ali Nooruddin, S. Si., M. Pd.**  
NIDN. 0703027002

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di toko *Royal Fashion* Bojonegoro” disusun oleh:

Nama : Siti Muthoharoh

NIM : 21210083

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Telah dipertahankan dalam sidang skripsi pada Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, IKIP PGRI Bojonegoro pada hari,

Bojonegoro, 29 juli 2025

Ketua,



**Dr. Ernia Duzi Saputri, S. Pd., M.H.**

NIDN. 0707019001

Sekretaris,



**Nur Rohman, M.Pd.**

NIDN. 0713078301

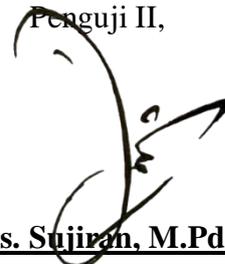
Penguji I,



**Dr. Fruri Stevani, M.Pd.**

NIDN. 0723048902

Penguji II,



**Drs. Sujiran, M.Pd.**

NIDN. 0002106302

Rektor,

**Dr. Dra. Junarti, M. Pd**

NIDN. 0014016501

## MOTTO

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya"

(Qs. Al-Baqarah: 286)

“ Ada banyak warna di hidup ini, yang kamu perlu hanyalah tetap membuka mata dan mensyukurinya”

(Ustadzah Halimah Alaydrus)

"semua jatuh bangun mu hal yang biasa, angan dan pertanyaan waktu yang menjawab nya, berikan tenggat waktu bersedihlah secukupnya, rayakan perasaan mu sebagai manusia"

“ Hidup bukan saling mendahului, bermimpilah sendiri-sendiri”

(Baskara putra - Hindia)

“Berdamai dengan apa yang terjadi”

(Mangu - Charita utami&Fourtwnty)

“ Kalau bukan kamu yang menguatkan diri kamu sendiri untuk berjuang, mau siapa lagi yang bisa kamu andalkan?”

(A. Wildan Hilmi)

"Orang lain gak akan paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories* nya aja. Jadi berjuanglah untuk diri sendiri meskipun gak akan ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.

Jadi, tetap berjuang ya ...

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dengan memanjatkan Puji Syukur Kehadirat Allah SWT, atas karunia dan nikmatnya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Sholawat dan salam senantiasa tercurah kepada junjungan kita nabi besar Muhammad SAW. Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

- ✓ Kedua orang tua saya, cinta pertama saya Alm. Bapak Tamiran dan bidadari surgaku Almh. Ibu Tasri yang paling kurindukan, terimakasih atas segala pengorbanan, kasih sayang, didikan serta segala bentuk tanggung jawab yang telah bapak dan ibu usahakan semasa hidup. Terima kasih telah menjadi alasan penulis untuk tetap semangat melanjutkan pendidikan, walaupun berat sekali harus melewati kerasnya kehidupan tanpa di dampingi sosok orang tua, terkadang rasa iri, lelah dan rindu seringkali membuat saya ingin menyerah. Namun, Alhamdulillah kini penulis sudah berada di tahap ini, menyelesaikannya hingga akhir. Semoga bapak & ibu bangga dengan usaha dan perjuangan saya selama ini dan bahagia di surganya Allah, Aamiin.
- ✓ Kepada dosen pembimbing satu ibu bapak Dr. Taufiq Hidayat, M.Pd. dan dosen pembimbing dua bapak Ali Noeruddin, S.Si., M.Pd. terimakasih banyak sudah membimbing penulis dengan tulus dan ikhlas dalam menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini dari awal yang belum paham penulisan, judul hingga isi skripsi sampai berada di garis finish.
- ✓ Almamater tercinta IKIP PGRI BOJONEGORO
- ✓ Kepada Kakak kandung saya, Abdulloh S.Pd. yang sudah mau di repotkan dalam proses penyusunan skripsi dari awal hingga selesai.
- ✓ Kepada seluruh keluarga tercinta saya yang selalu memberi semangat dan dukungan baik moril maupun material.
- ✓ Kepada Adikku khoirilia ramadhani yang saat ini juga sedang menempuh pendidikan dibangku perkuliahan terimakasih sudah mau direpotkan penulis saat proses penelitian berlangsung hingga selesai.
- ✓ Sahabat-sahabatku tercinta Kharisma yogi mariana, Puji Yulia Sari, Uswatun hasanah, Pipit inda wati, yang telah memberi semangat dan menjadi tempat

berkeluh kesah penulis selama proses Tugas Akhir Skripsi berlangsung.

- ✓ Teman-teman sebimbingan terimakasih sudah mau belajar bersama serta berdiskusi bersama penulis.
- ✓ Teman-teman seperjuangan Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021 yang nantinya akan wisuda bersama, terimakasih atas pengalaman dan kenangan yang sangat berharga.
- ✓ Kepada seseorang yang dengan sabar mendampingi penulis dari awal penulisan hingga akhir, yang tak selalu tampak di depan, tapi jejak bantuannya terasa di setiap langkah. Terima kasih untuk semangat yang tak pernah dipaksa, untuk dukungan yang tidak diminta namun selalu ada. Peranmu mungkin tersembunyi, tapi tidak pernah terlupakan. Semoga kebaikanmu menemukan jalan pulang.
- ✓ Dan yang terakhir kepada diri saya sendiri “Siti Muthoharoh” yang sudah melewati, berjuang dan bisa bertahan sampai sejauh ini. Terima kasih sudah menyelesaikan apa yang telah di mulai. Semoga bisa selalu kuat lagi untuk kedepannya.

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Dengan ini, saya bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Siti Muthoharoh

NIM 21210083

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Fakultas : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

Demi menjujung tinggi integritas akademik, dengan tulus dan tanpa ada paksaan dari pihak manapun, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan terhadap  
Loyalitas Pelanggan di toko *Royal Fashion* Bojonegoro**

Merupakan hasil karya asli saya sendiri dan sumber informasi yang digunakan telah saya cantumkan dengan jelas dalam daftar referensi berdasarkan kode etik ilmiah. Saya menyadari bahwa apabila ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan terkait dengan keaslian karya ini, **saya secara pribadi** bersedia menerima konsekuensi sesuai dengan peraturan yang berlaku dan siap menanggung sanksi hukum.

Bojonegoro, 06 Juli 2025



**Siti Muthoharoh**  
NIM. 21210083

## ABSTRAK

Muthoharoh, Siti. (2025). “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko *Royal Fashion* Bojonegoro”. Skripsi. Program Studi Pendidikan Ekonomi. Fakultas Ilmu Pengetahuan Sosial. IKIP PGRI Bojonegoro. Pembimbing I Dr. Taufiq Hidayat, M. Pd., Pembimbing II Ali Noeruddin, S. Si., M. Pd.

**Kata Kunci:** harga, kualitas produk, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, ritel fashion.

Industri ritel fashion yang semakin kompetitif menuntut pelaku usaha untuk mampu mempertahankan loyalitas pelanggan melalui strategi yang tepat. Toko Royal Fashion Bojonegoro sebagai salah satu pelaku UMKM di sektor fashion menghadapi tantangan dalam menjaga daya saing, khususnya terkait harga, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan. Dalam konteks ini, penting untuk mengetahui bagaimana ketiga faktor tersebut memengaruhi loyalitas pelanggan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah harga, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, baik secara parsial maupun simultan, serta variabel mana yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap terbentuknya loyalitas pelanggan di Toko Royal Fashion Bojonegoro.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori. Sampel sebanyak 383 responden ditentukan menggunakan rumus Slovin dan teknik purposive sampling. Data diperoleh melalui kuesioner berskala Likert yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda melalui bantuan program SPSS versi 27.

Hasil analisis menunjukkan bahwa harga, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, baik secara parsial maupun simultan. Uji t menunjukkan nilai signifikansi untuk harga sebesar 5,395 (sig. < 0,001), kualitas produk sebesar 2,644 (sig. = 0,009), dan kepuasan pelanggan sebesar 11,274 (sig. < 0,001). Sementara itu, uji F menghasilkan nilai F hitung sebesar 269,616 dengan signifikansi < 0,001. Adapun nilai Adjusted R<sup>2</sup> sebesar 0,678, yang berarti ketiga variabel menjelaskan 67,8% variasi loyalitas pelanggan.

Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi loyalitas, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,702. Oleh karena itu, upaya peningkatan loyalitas pelanggan sebaiknya difokuskan pada peningkatan kepuasan pelanggan, yang didukung oleh penawaran harga yang kompetitif serta kualitas produk yang terjaga secara konsisten.

## ABSTRACT

Muthoharoh, Siti. (2025). "The Influence of Price, Product Quality, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty at Royal Fashion Bojonegoro." Undergraduate Thesis. Study Program of Economic Education, Faculty of Social Sciences, IKIP PGRI Bojonegoro. Supervisor I: Dr. Taufiq Hidayat, M.Pd., Supervisor II: Ali Noeruddin, S.Si., M.Pd.

**Keywords:** price, product quality, customer satisfaction, customer loyalty, fashion retail.

The increasingly competitive fashion retail industry demands that business actors be able to maintain customer loyalty through appropriate strategies. Royal Fashion Bojonegoro, as one of the MSMEs in the fashion sector, faces challenges in maintaining competitiveness, particularly in terms of pricing, product quality, and customer satisfaction. In this context, it is important to examine how these three factors influence customer loyalty.

Based on this background, the research questions in this study are whether price, product quality, and customer satisfaction affect customer loyalty, both partially and simultaneously, and which variable has the most dominant influence on the formation of customer loyalty at Royal Fashion Bojonegoro.

This study employs a quantitative approach with an explanatory research design. A total of 383 respondents were determined using Slovin's formula with a purposive sampling technique. Data were collected through a Likert-scale questionnaire that had been tested for validity and reliability. The data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 27.

The results of the analysis show that price, product quality, and customer satisfaction have a positive and significant effect on customer loyalty, both partially and simultaneously. The t-test results indicate that price has a t-value of 5.395 (sig. < 0.001), product quality 2.644 (sig. = 0.009), and customer satisfaction 11.274 (sig. < 0.001). Meanwhile, the F-test yields an F-value of 269.616 with a significance level of < 0.001. The Adjusted R<sup>2</sup> value of 0.678 indicates that these three variables explain 67.8% of the variation in customer loyalty.

Based on these findings, it can be concluded that customer satisfaction is the most dominant factor influencing loyalty, with a regression coefficient of 0.702. Therefore, efforts to increase customer loyalty should focus on enhancing satisfaction, supported by competitive pricing and consistently maintained product quality.

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Puji Syukur kehadirat Allah SWT, atas berkat dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko *Royal Fashion* Bojonegoro” dengan baik.

Skripsi ini digunakan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pendidikan pada program studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial di IKIP PGRI Bojonegoro. Penulis menyadari dalam menyelesaikan skripsi ini pengerjaannya tak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Dra. Junarti, M. Pd Selaku Rektor IKIP PGRI Bojonegoro, yang telah mengesahkan Skripsi ini.
2. Ibu Dr. Ernia Duwi Saputri, S. Pd., M.H. Selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial IKIP PGRI Bojonegoro, yang telah mengesahkan skripsi ini.
3. Bapak Nur Rohman, M. Pd. Selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro, yang telah memberikan izin dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Taufiq Hidayat, M. Pd. Selaku Dosen Pembimbing I atas arahan dan bimbingan dengan sabar dalam penyusunan proposal skripsi ini sampai akhir penulisan.
5. Bapak Ali Noeruddin, S. Si., M. Pd. Selaku Dosen Pembimbing II atas arahan dan bimbingan dengan sabar dalam penyusunan proposal skripsi ini sampai akhir penulisan.
6. Bapak dan ibu dosen Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro, terimakasih atas ilmu dan bimbingan yang sudah diberikan selama peneliti menjalani perkuliahan.
7. Terima kasih kepada pemilik toko *Royal Fashion* Bojonegoro beserta para

stafnya yang telah memudahkan peneliti dalam mencari informasi selama penelitian.

8. Pihak lain yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, namun telah memberikan banyak motivasi serta kritikan dalam penyelesaian laporan ini.
9. Responden yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu, namun telah sangat berjasa membantu peneliti dalam menyelesaikan penyusunan laporan skripsi ini.

Peneliti menyadari jika masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan laporan skripsi ini. Penulisan laporan skripsi ini tentunya masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis sangat terbuka atas kritik dan saran untuk membangun penulisan yang lebih baik. Akhir kata, semoga laporan skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan inspirasi bagi semua pihak yang membaca laporan skripsi ini.

Bojonegoro, 13 febuari 2025

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Masalah.....</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah .....</b>	<b>7</b>
<b>C. Tujuan Penelitian.....</b>	<b>8</b>
<b>D. Manfaat Penelitian.....</b>	<b>8</b>

E.	Definisi Operasional.....	9
BAB II.....		13
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA TEORITIS, KERANGKA BERPIKIR, DAN HIPOTESIS TINDAKAN.....		13
A.	Kajian Pustaka.....	13
B.	Kerangka Teoritis .....	19
C.	Kerangka Berpikir.....	37
D.	Hipotesis Penelitian.....	40
BAB III.....		41
METODE PENELITIAN.....		41
A.	Pendekatan Penelitian .....	41
B.	Tempat dan Waktu Penelitian .....	41
C.	Populasi, Sampel, dan Sampling .....	42
D.	Tehnik Pengumpulan Data .....	43
E.	Teknik Analisis Data .....	44
F.	Validasi Data .....	45
BAB IV.....		46
HASIL DAN PEMBAHASAN .....		46
A.	Hasil Penelitian .....	46
B.	Pembahasan .....	62
BAB V.....		65

<b>PENUTUP .....</b>	<b>65</b>
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>65</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>66</b>
<b>DAFTAR REFERENSI.....</b>	<b>67</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 3.1</b> Rencana Jadwal Penelitian.....	39
<b>Tabel 4.1</b> Hasil Pengujian Uji Validitas Variabel Harga.....	48
<b>Tabel 4.2</b> Hasil Pengujian Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	49
<b>Tabel 4.3</b> Hasil Pengujian Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	50
<b>Tabel 4.4</b> Hasil Pengujian Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	50
<b>Tabel 4.5</b> Hasil Pengujian Uji Reliabilitas.....	51
<b>Tabel 4.6</b> Hasil Perhitungan Analisis Deskriptif Statistik.....	52
<b>Tabel 4.7</b> Hasil Uji Multikolinieritas.....	56
<b>Tabel 4.8</b> Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji White.....	57
<b>Tabel 4.9</b> Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	58
<b>Tabel 4.10</b> Hasil Uji F.....	60
<b>Tabel 4.11</b> Hasil Uji T.....	61
<b>Tabel 4.12</b> Hasil Perhitungan Analisis Koefisien Determinasi.....	62

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b> Kerangka berpikir.....	37
<b>Gambar 3.1</b> Rumus slovin.....	43
<b>Gambar 4.1</b> Identifikasi data berdasarkan jenis kelamin.....	46
<b>Gambar 4.2</b> Identifikasi responden berdasarkan usia.....	47
<b>Gambar 4.3</b> Uji Normalitas dengan Histogram.....	54
<b>Gambar 4.4</b> Uji Normalitas dengan Normal P-P Plot.....	55

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1</b> Kisi kisi instrumen.....	71
<b>Lampiran 2</b> Kuesioner penelitian.....	74
<b>Lampiran 3</b> Data jawaban responden variabel harga .....	78
<b>Lampiran 4</b> Data jawaban responden variabel kualitas produk.....	94
<b>Lampiran 5</b> Data jawaban responden variabel kepuasan pelanggan.....	110
<b>Lampiran 6</b> Data jawaban responden variabel loyalitas pelanggan.....	126
<b>Lampiran 7</b> Output SPSS Uji validitas variabel harga.....	142
<b>Lampiran 8</b> Output SPSS Uji validitas variabel kualitas produk.....	144
<b>Lampiran 9</b> Output SPSS Uji validitas variabel kepuasan pelanggan.....	146
<b>Lampiran 10</b> Output SPSS Uji validitas variabel loyalitas pelanggan.....	148
<b>Lampiran 11</b> Output SPSS Uji Relibilitas.....	150
<b>Lampiran 12</b> Output SPSS Uji Asumsi klasik.....	151
<b>Lampiran 13</b> Output SPSS Uji Hipotesis.....	153
<b>Lampiran 14</b> Dokumentasi foto penelitian.....	155

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Industri *fashion* merupakan salah satu sektor ekonomi yang memiliki pertumbuhan signifikan dan berkontribusi besar terhadap perekonomian global. Pertumbuhan industri ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti perkembangan teknologi, peningkatan kesadaran akan tren mode, serta perubahan gaya hidup masyarakat. Menurut laporan *McKinsey Global Fashion Index (2021)*, sektor *fashion* mencatatkan pertumbuhan sekitar 7% per tahun, dengan nilai pasar mencapai triliunan dolar di seluruh dunia. Laporan ini juga mengidentifikasi bahwa konsumsi produk *fashion* semakin meningkat seiring dengan berkembangnya *fast fashion* dan tren gaya hidup modern, yang memungkinkan masyarakat untuk mengakses produk *fashion* dengan harga yang lebih terjangkau dan variasi produk yang lebih luas.

Tren global dalam industri *fashion* juga didorong oleh perubahan perilaku konsumen yang semakin dinamis. Masyarakat modern cenderung lebih sadar terhadap penampilan dan identitas personal yang ingin ditunjukkan melalui *fashion*. Selain itu, pengaruh media sosial, *platform e-commerce*, dan peran para *influencer* turut mendukung percepatan perkembangan tren *fashion* di seluruh dunia. Konsumen saat ini memiliki akses yang lebih cepat dan luas terhadap berbagai tren global, yang kemudian mendorong industri ini untuk terus berinovasi dalam menciptakan produk yang relevan dan menarik.

Namun, di balik peluang tersebut, industri *fashion* juga menghadapi sejumlah tantangan, seperti persaingan yang semakin ketat, perubahan permintaan pasar yang cepat, dan kebutuhan akan keberlanjutan (*sustainability*).

Berbagai merek *fashion* global mulai mengadopsi prinsip-prinsip keberlanjutan dalam proses produksi mereka, termasuk penggunaan bahan ramah lingkungan dan pengurangan limbah tekstil. Hal ini menunjukkan bahwa industri *fashion* tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi semata, tetapi juga pada tanggung jawab sosial dan lingkungan. Indonesia sebagai salah satu negara berkembang dengan populasi terbesar di dunia memiliki potensi besar dalam industri *fashion*. Industri ini menjadi salah satu sektor unggulan dalam ekonomi kreatif nasional. Menurut data Kementerian Perindustrian (2022), sektor *fashion* menyumbang sekitar 18% terhadap total pendapatan ekonomi kreatif di Indonesia, menjadikannya subsektor terbesar dibandingkan dengan subsektor lainnya seperti kuliner dan kerajinan tangan. Hal ini menunjukkan bahwa industri *fashion* memiliki peran penting dalam perekonomian nasional, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah.

Perkembangan industri *fashion* di Indonesia juga dipengaruhi oleh budaya yang kaya dan keberagaman etnik yang dimiliki oleh negara ini. Kain tradisional seperti batik, tenun, dan songket menjadi bagian dari identitas *fashion* Indonesia yang memiliki nilai estetika tinggi dan daya tarik global. Pemerintah melalui berbagai kebijakan, seperti Making Indonesia 4.0, juga turut mendorong pengembangan industri *fashion* dengan berfokus pada peningkatan daya saing, modernisasi produksi, serta perluasan pasar ekspor.

Meskipun memiliki potensi yang besar, industri *fashion* di Indonesia masih menghadapi sejumlah tantangan. Persaingan dengan produk impor, keterbatasan modal bagi usaha mikro kecil menengah dan rendahnya inovasi dalam desain produk menjadi beberapa kendala utama yang dihadapi. Selain itu, perilaku konsumen Indonesia yang semakin selektif dalam memilih produk *fashion* membuat pelaku usaha harus lebih cermat dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan, seperti harga, kualitas produk, dan kepuasan dalam berbelanja.

Kabupaten Bojonegoro merupakan salah satu daerah di Provinsi Jawa Timur yang memiliki potensi ekonomi lokal yang cukup besar. Dengan posisi geografis yang strategis dan menjadi salah satu pusat ekonomi di Jawa Timur, Bojonegoro terus mengalami perkembangan di berbagai sektor, termasuk industri *fashion*. Kabupaten ini dikenal sebagai daerah dengan populasi yang terus meningkat dan daya beli masyarakat yang cukup stabil, sehingga menciptakan peluang bisnis yang menjanjikan bagi sektor ritel dan *fashion*. Usaha mikro kecil menengah ialah sektor yang mempunyai peran esensial pada pembangunan ekonomi di Indonesia (Astuti & stevani, 2023). Perkembangan sektor usaha mikro kecil menengah di Bojonegoro turut mendorong pertumbuhan industri *fashion*. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan usaha mikro kecil menengah Bojonegoro (2022), jumlah usaha mikro, kecil menengah di Bojonegoro mencapai lebih dari 21.000 unit usaha, di mana sebagian besar bergerak di sektor perdagangan, termasuk ritel *fashion*.

Kehadiran usaha mikro kecil menengah *fashion* di Bojonegoro menjadi salah satu motor penggerak perekonomian daerah, terutama dalam menciptakan

lapangan pekerjaan dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Namun, meskipun perkembangan industri fashion di Bojonegoro cukup positif, persaingan yang dihadapi oleh pelaku usaha, khususnya usaha mikro kecil menengah ritel *fashion*, semakin ketat.

Hal ini disebabkan oleh meningkatnya jumlah pelaku usaha di sektor yang sama, baik toko *fashion* konvensional maupun toko berbasis online. Selain itu, kehadiran produk *fashion* impor yang lebih murah dan beragam turut memberikan tantangan tersendiri bagi toko-toko lokal di Bojonegoro. Persaingan yang semakin ketat ini mengharuskan para pelaku usaha untuk memiliki strategi yang tepat dalam menarik dan mempertahankan pelanggan.

Salah satu toko *fashion* yang cukup dikenal di Bojonegoro adalah Toko *Royal Fashion*, yang berfokus pada penjualan produk-produk *fashion* untuk berbagai segmen pasar. Toko *Royal Fashion* memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat setempat akan produk *fashion* yang terjangkau dan berkualitas. Namun, di tengah dinamika persaingan yang semakin ketat, Toko *Royal Fashion* menghadapi sejumlah tantangan yang perlu diatasi, seperti menjaga daya saing harga, memastikan kualitas produk, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Harga menjadi salah satu faktor krusial dalam konteks persaingan bisnis *fashion* di Bojonegoro. Harga merupakan salah satu prinsip bauran pemasaran, yang selain faktor-faktor lain juga menjadi salah satu faktor penentu dalam membeli suatu produk (Sari, D. I. 2023).

Konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk jika manfaat yang diterimanya lebih besar atau sama dengannya. Ada baiknya jika harga yang ditawarkan tinggi, maka diskon produk yang didapatkan juga tinggi. Karena

terkadang konsumen mengabaikan harga dan lebih mementingkan kegunaan produk. Ilfathna (2020) melakukan penelitian dengan judul dampak harga terhadap loyalitas pelanggan Kober mie setan di kota Malang menyimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Konsumen, khususnya dari kalangan menengah ke bawah, cenderung memiliki preferensi terhadap toko yang menawarkan harga kompetitif dengan nilai yang sepadan. Hal ini menuntut Toko *Royal Fashion* untuk lebih cermat dalam menetapkan strategi harga agar dapat menarik konsumen tanpa mengorbankan margin keuntungan. Selain itu, penentuan harga yang tepat akan membantu toko ini membangun kepercayaan pelanggan dalam jangka panjang. Di sisi lain, kualitas produk menjadi faktor penentu dalam menciptakan loyalitas pelanggan.

Kualitas produk ialah persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan yang berkenaan dengan maksud yang akan diharapkan. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang dapat menstimuli keputusan pembelian dengan cara meningkatkan atau menawarkan kualitas produk sesuai apa yang diharapkan konsumen.

Menurut Christopher dan Budi Prabowo (2023), kualitas produk adalah kualitas suatu produk yang tidak memiliki kecacatan dan berfokus pada pembentukan value dan kepuasan pelanggan. Kualitas produk bukan hanya diperhitungkan dari aspek fisiknya saja tetapi juga dari desain, kemudahan penggunaan, performa dan aspek lain yang berkaitan dengan produk tersebut. Jika suatu perusahaan dapat menghasilkan produk atau jasa dengan kualitas yang lebih tinggi dibandingkan pesaingnya, maka konsumen akan lebih tertarik untuk membelinya. Oleh karena itu, suatu industri harus mampu bersaing dengan

penerapan strategi yang tepat untuk menjaga kualitas produk atau jasa yang dihasilkan.

Masyarakat Bojonegoro sebagai konsumen saat ini memiliki preferensi yang semakin selektif dalam memilih produk *fashion*. Produk dengan kualitas material yang baik, desain menarik, serta kenyamanan saat digunakan menjadi prioritas utama bagi konsumen. Jika produk yang ditawarkan tidak memenuhi ekspektasi pelanggan, loyalitas pelanggan akan sulit dibangun, bahkan berisiko menurunkan citra toko dalam persaingan pasar. Oleh karena itu, Toko *Royal Fashion* perlu memastikan konsistensi dalam menyediakan produk yang berkualitas sebagai salah satu upaya dalam mempertahankan pelanggan. Selain harga dan kualitas produk, kepuasan pelanggan juga menjadi elemen kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan di Bojonegoro. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antar apa yang di terima dan harapannya (Haryoko et al. 2020).

Dalam kaitan itu, maka faktor kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) menjadi elemen penting dalam memberikan atau menambah nilai bagi pelanggan. Kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh harga dan kualitas produk, tetapi juga oleh faktor lain seperti pelayanan yang ramah, suasana toko yang nyaman, serta kemudahan dalam proses transaksi. Pelanggan yang merasa puas dengan pengalaman berbelanja di suatu toko cenderung memiliki loyalitas yang lebih tinggi dan akan melakukan pembelian ulang di masa mendatang. Dalam hal ini, Toko *Royal Fashion* dihadapkan pada tantangan untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan menciptakan pengalaman berbelanja yang positif bagi pelanggannya. Meskipun Toko *Royal Fashion* memiliki potensi besar untuk berkembang, studi

mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan di toko ini masih sangat terbatas.

Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih berfokus pada perusahaan besar atau konteks industri *fashion* di wilayah perkotaan, sedangkan studi serupa di tingkat lokal, seperti Bojonegoro, masih jarang ditemukan. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana harga, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan dapat memengaruhi loyalitas pelanggan, khususnya pada usaha mikro kecil menengah ritel *fashion* seperti Toko *Royal Fashion*.

Dengan memahami kondisi industri *fashion* di Bojonegoro dan tantangan yang dihadapi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan solusi berbasis data yang tepat bagi pelaku usaha lokal dalam menghadapi persaingan pasar. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam membantu Toko *Royal Fashion* menyusun strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan mempertahankan posisinya di pasar *fashion* lokal.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah ada pengaruh positif dan signifikan harga terhadap loyalitas pelanggan di toko *royal fashion* Bojonegoro?
2. Apakah ada pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di toko *royal fashion* Bojonegoro?
3. Apakah ada pengaruh positif dan signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di toko *royal fashion* Bojonegoro?
4. Apakah ada pengaruh positif dan signifikan harga, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di toko *royal fashion*

Bojonegoro?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan harga terhadap loyalitas pelanggan di Toko *Royal Fashion* Bojonegoro.
2. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di Toko *Royal Fashion* Bojonegoro.
3. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Toko *Royal Fashion* Bojonegoro.
4. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan harga, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan di Toko *Royal Fashion* Bojonegoro.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori terkait loyalitas pelanggan, khususnya dalam konteks usaha mikro, kecil, dan menengah di sektor *fashion*. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik pada topik serupa, khususnya yang berfokus pada hubungan antara harga, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Toko *Royal Fashion* Bojonegoro

Memberikan panduan dalam menentukan strategi harga yang kompetitif dan menarik, tanpa mengorbankan margin keuntungan. Membantu meningkatkan kualitas produk yang sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi konsumen.

Memberikan rekomendasi terkait peningkatan kepuasan pelanggan melalui perbaikan layanan dan pengalaman berbelanja yang lebih baik.

b. Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah *Fashion* Lainnya di Bojonegoro

Menyediakan insight tentang faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan, yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing usaha mereka. Memberikan inspirasi dalam merancang strategi pemasaran berbasis data untuk menghadapi persaingan pasar.

3. Manfaat Sosial-Ekonomi

Mendukung pertumbuhan usaha mikro kecil menengah di Kabupaten Bojonegoro dengan memberikan solusi berbasis data yang dapat membantu meningkatkan daya saing lokal. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat melalui pengembangan usaha yang berkelanjutan di sektor *fashion*.

4. Manfaat Kebijakan

Menjadi masukan bagi pemerintah daerah dan pihak terkait dalam merancang kebijakan yang mendukung pengembangan usaha mikro kecil menengah *fashion*, seperti pemberian pelatihan, pendanaan, atau insentif lainnya. Mendorong adopsi praktik bisnis berkelanjutan di industri *fashion* lokal.

**E. Definisi Operasional**

1. Harga

Harga adalah nilai dalam bentuk uang yang dikutip dalam suatu transaksi suatu produk atau jasa. Penetapan harga yang tepat pada suatu produk atau jasa sangatlah penting karena harga merupakan faktor utama yang dipertimbangkan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Konsumen selalu menghubungkan harga dengan manfaat yang mereka harapkan dari produk atau jasa yang diberikan. Dalam

konteks ini harga juga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan produk *fashion* yang dijual di Toko *Royal Fashion*. Variabel ini diukur melalui persepsi pelanggan terhadap kesesuaian harga dengan kualitas produk, harga yang kompetitif dibandingkan toko lain. Dan adanya penawaran khusus, seperti diskon atau promosi.

## 2. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah ukuran keunggulan suatu barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Kualitas produk mengacu pada persepsi pelanggan terhadap mutu produk *fashion* yang dijual di Toko *Royal Fashion*. Aspek ini mencakup berbagai hal, seperti kemampuan produk menjalankan fungsi utamanya, daya tahan terhadap penggunaan jangka panjang, keandalan performa, hingga aspek desain dan estetika yang menarik. Selain itu, kualitas produk juga melibatkan keamanan penggunaan, kesesuaian dengan spesifikasi yang dijanjikan, serta kemudahan dalam penggunaannya. Kualitas yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga membangun loyalitas dan memperkuat posisi produk di pasar. Kualitas produk mengacu pada persepsi pelanggan terhadap mutu produk *fashion* yang dijual di Toko *Royal Fashion*.

## 3. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan setelah menggunakan produk atau layanan yang sesuai atau bahkan melebihi harapan mereka dan membandingkannya dengan pengalaman berbelanja di Toko *Royal Fashion*. Kepuasan ini mencerminkan pengalaman positif yang dirasakan pelanggan, baik dari segi kualitas produk, layanan yang diberikan, hingga interaksi

keseluruhan dengan perusahaan. Ketika pelanggan mendapatkan produk yang berkualitas, layanan yang ramah dan profesional, serta nilai yang sepadan dengan harga yang dibayarkan, mereka cenderung merasa puas. Selain itu, kepuasan juga dipengaruhi oleh seberapa baik Toko *Royal Fashion* mampu memahami dan memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan.

#### 4. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan komitmen dan kesetiaan pelanggan terhadap Toko *Royal Fashion* yang ditunjukkan melalui perilaku pembelian ulang, rekomendasi kepada orang lain dan preferensi mereka meskipun ada tawaran dari pesaing. Loyalitas ini muncul ketika pelanggan merasa puas dengan pengalaman mereka, baik dari segi kualitas produk, pelayanan, maupun hubungan yang terjalin dengan Toko *Royal Fashion*.

#### 5. Toko *Royal Fashion* Bojonegoro

*Royal Fashion* Bojonegoro adalah sebuah toko ritel yang bergerak di bidang fashion, menyediakan berbagai macam pakaian dan aksesoris dengan harga terjangkau, mulai dari Rp30.000. Toko ini berlokasi di Jl. KH. R. Moh. Rosyid, Panggang, Ngumpak Dalem, Kecamatan Dander, Kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur, dengan jarak sekitar 100 meter ke selatan dari Pondok Abu Darrin. *Royal Fashion* Bojonegoro beroperasi setiap hari dengan jam buka mulai pukul 07.30 hingga 21.00 WIB. Produk yang dijual mencakup pakaian pria, wanita, dan anak-anak, serta berbagai aksesoris pelengkap *fashion*. Toko ini melayani pembelian secara langsung di lokasi maupun secara online melalui akun media sosial, terutama Instagram ([@royalfashionbojonegoro](https://www.instagram.com/@royalfashionbojonegoro)), di mana mereka secara aktif membagikan informasi mengenai produk terbaru, promo, dan diskon yang sedang berlangsung.

Sebagai toko *fashion* yang berorientasi pada harga terjangkau, *Royal Fashion* Bojonegoro menargetkan konsumen dari berbagai kalangan, terutama masyarakat sekitar Bojonegoro yang mencari pakaian dengan harga ekonomis tetapi tetap mengikuti tren *fashion* terkini. Kualitas produk yang ditawarkan disesuaikan dengan harga, sehingga pelanggan dapat memilih berbagai pilihan yang sesuai dengan kebutuhan dan anggaran mereka. Dengan konsep ritel yang fleksibel dan pemasaran berbasis digital serta offline, *Royal Fashion* Bojonegoro berupaya menjangkau lebih banyak pelanggan dengan menawarkan kemudahan dalam berbelanja baik secara langsung maupun melalui media sosial.