

**PENGARUH VARIASI PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA UMKM PEMPEK NOVA
TUGUMULYO**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Manajemen**



Diajukan Oleh:

AYU DWIKA AGUSTIN R.R

22.01.11.0105

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDINANTI

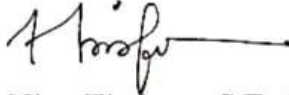
2026

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ayu Dwika Agustin R.R
Nomor Pokok Mahasiswa : 2201110105
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Kewirausahaan
Judul Skripsi : PENGARUH VARIASI PRODUK, HARGA
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA UMKM
PEMPEK NOVA TUGUMULYO.

Pembimbing Skripsi

Tanggal... 31-07-2026Pembimbing I :  **Hi. Nina Fitriana, S.E., M.Si**
NIDN: 0012116501

Tanggal... 31-07-2026Pembimbing II :  **Herlan Djunaidi, S.E., MP**
NIDN: 0219086101

Mengetahui,

Dekan

Ketua Program Studi

Tanggal... 03-08-2026

Tanggal... 03-08-2026



Dr. Hj. Msy Mikial, S.E., M.Si, Ak. CA, CSRS
NIDN: 0205026401


Dr. Yolanda Veybitha, S.E., M.Si
NIDN: 0226028303

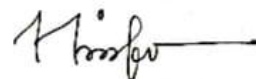


UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

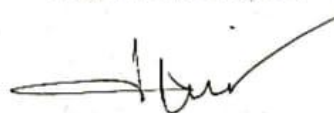
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ayu Dwika Agustin R.R
Nomor Pokok Mahasiswa : 2201110105
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Kewirausahaan
Judul Skripsi : PENGARUH VARIASI PRODUK, HARGA
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA UMKM
PEMPEK NOVA TUGUMULYO.

Penguji Skripsi:

Tanggal 31-07-2026 Ketua Penguji :  : Hj. Nina Fitriana, S.E., M.Si
NIDN: 0012116501

Tanggal 31-07-2026 Penguji I :  : Herlan Djunaidi, S.E., MP
NIDN: 0219086101

Tanggal 31-07-2026 Penguji II :  : Liliana, SE., M.Si
NIDN. 0219116101

Mengesahkan,

Dekan

Ketua Program Studi

Tanggal 03-08-2026

Tanggal 03-08-2026



Dr. Hj. Msy Mikial, S.E., M.Si, Ak. CA, CSRS
NIDN: 0205026401



Dr. Yolanda Veybitha, S.E., M.Si
NIDN: 0226028303

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ayu Dwika Agustin r.r

Nomor Pokok/NPM : 2201110105

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Program Pendidikan : Strata 1 (S1)

Judul Skripsi : Pengaruh Variasi Produk Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Terhadap Umkm Pempek Nova

Menyatakan bahwa skripsi ini telah dibuat dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini terkandung ciri-ciri plagiat dan bentuk-bentuk peniruan lain yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palembang, 2026

Peneliti,



Ayu Dwika Agustin R.R

2201110105

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variasi produk, harga, dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada UMKM Pempek Nova Tugumulyo, baik secara simultan maupun parsial. Fenomena yang melatarbelakangi penelitian ini adalah fluktuasi pendapatan bulanan UMKM yang mencapai sekitar 32%, yang mengindikasikan bahwa loyalitas pelanggan belum sepenuhnya stabil dan masih bergantung pada faktor musiman. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan metode survei. Sampel berjumlah 91 responden yang ditentukan dengan rumus Slovin dan teknik purposive sampling dari populasi sebanyak 1.050 pelanggan. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 25, didahului dengan uji validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi produk, harga, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan ($F_{hitung} = 118,034$; $Sig. = 0,000$) dengan kontribusi ($Adjusted R Square$) sebesar 79,6%. Secara parsial, ketiga variabel juga berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan, dengan kualitas produk sebagai variabel paling dominan ($\beta = 0,387$), diikuti harga ($\beta = 0,381$), dan variasi produk ($\beta = 0,187$). Temuan ini menegaskan bahwa pengelolaan variasi produk, penetapan harga yang kompetitif, dan konsistensi kualitas produk merupakan strategi kewirausahaan kunci bagi UMKM kuliner tradisional dalam membangun loyalitas pelanggan jangka panjang.

Kata kunci: variasi produk; harga; kualitas produk; loyalitas pelanggan; UMKM

ABSTRACT

This study aims to examine the simultaneous and partial effects of product variation, price, and product quality on customer loyalty at UMKM Pempek Nova Tugumulyo. The study is motivated by a monthly revenue fluctuation of around 32% at the enterprise, indicating that customer loyalty has not been fully stable and remains dependent on seasonal factors. A quantitative associative approach with a survey method was used. The sample consisted of 91 respondents determined through the Slovin formula and purposive sampling from a population of 1,050 customers. Data were analyzed using multiple linear regression with SPSS version 25, preceded by validity, reliability, and classical assumption tests. The results show that product variation, price, and product quality simultaneously have a significant effect on customer loyalty ($F = 118.034$; $\text{Sig.} = 0.000$), contributing 79.6% (Adjusted R Square). Partially, all three variables also have a significant and positive effect on customer loyalty, with product quality being the most dominant variable ($\beta = 0.387$), followed by price ($\beta = 0.381$) and product variation ($\beta = 0.187$). These findings confirm that managing product variation, setting competitive prices, and maintaining consistent product quality are key entrepreneurial strategies for traditional culinary MSMEs to build long-term customer loyalty.

Keywords: *product variation; price; product quality; customer loyalty; MSME*

Motto:

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.” (QS. Al-Insyirah: 6)

Kupersembahkan kepada:

-Bapak dan mamak tercinta

-Saudaraku tercinta

-Para pendidiku yang kuhormati

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmat dan karunia -Nya penulis dapat menyelesaikan proposal ini yang berjudul “Pengaruh Variasi Produk, Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada UMKM Pempek Nova Tugumulyo” yang disusun untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana Ekonomi di Universitas Tridinanti.

Dalam penyusunan proposal ini penulis menyadari bahwa proposal ini masih terdapat kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik yang bersifat membangun guna perbaikan di masa yang akan datang. Dalam pembuatan proposal ini, penulis banyak mendapat bantuan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal, AE. MS, selaku Rektor Universitas Tridinanti.
2. Ibu Dr. Hj. Msy. Mikial, S.E., M.Si. Ak, CA, CSRS selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
3. Ibu Dr. Yolanda Veybitha, S.E., M.Si selaku ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti.
4. Ibu Hj. Nina Fitriana, S.E, M.Si selaku dosen Pembimbing Utama yang banyak memberikan bimbingan dan pengarahan yang bermanfaat dalam pembuatan proposal ini.
5. Bapak Herlan Djunaidi, S.E., MP selaku dosen Pembimbing Anggota yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengarahan yang sangat bermanfaat dalam pembuatan proposal ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mengajar dan memberikan ilmu yang berguna bagi penulis.
7. Kedua Orang tua saya tersayang, yang senantiasa memberikan kasih sayang, cinta dan dukungan yang tak terhingga. Terima kasih telah memberikan motivasi, bimbingan dan nasihat serta doa, sehingga peneliti bisa menyelesaikan studinya sampai sarjana.

8. Kakak perempuan saya Suci Desfitri dan adik-adik saya Aulia dan Nazua terima kasih telah memberikan dukungan, tawa, hiburan dan semangat untuk peneliti.
9. Temankuu Nela Salsabila, Mutia Wahyuni dan Tamara Aniska Terima kasih untuk atas segala tawa dan keceriaan yang menjadi obat penghilang stres selama menyusun skripsi. Terima kasih atas bantuan waktu, tenaga, pikiran, dan dukungan yang tak ternilai harganya.

Peneliti ini masih banyak kekurangan dalam penyusunan proposal ini, baik dalam teknik penyajian maupun pembahasan. Demi kesempurnaan proposal ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat peneliti harapkan. Semoga karya tulis ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Palembang, April 2026

Ayu Dwika Agustin R.R

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II.....	Error! Bookmark not defined.
TINJAUAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Kajian Teoritis	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Manajemen Kewirausahaan	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Loyalitas Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Variasi Produk	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 Harga	Error! Bookmark not defined.
2.1.5 Kualitas Produk.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Penelitian Lain Yang Relevan	Error! Bookmark not defined.
2.3 Kerangka Berpikir.....	Error! Bookmark not defined.
2.4 Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III	Error! Bookmark not defined.
METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.1.1 Tempat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.1.2 Waktu Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.

3.3 Populasi, Sampel dan Sampling.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.1 Populasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.2 Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampling.....	Error! Bookmark not defined.
3.4 Rancangan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.4.1 Pendekatan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.4.2 Jenis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.5 Variabel dan Definisi Operasional	Error! Bookmark not defined.
3.5.1 Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.5.2 Definisi Operasional.....	Error! Bookmark not defined.
3.6 Instrumen Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.6.1. Analisis Statistik Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
3.6.2. Uji Kualitas Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.7 Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
3.7.1 Uji Normalitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.7.2 Uji Heteroskedastisitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.7.3 Uji Multikolinearitas	Error! Bookmark not defined.
3.8 Teknik Analisis.....	Error! Bookmark not defined.
3.8.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	Error! Bookmark not defined.
3.8.2 Analisis Koefisien Korelasi (r).....	Error! Bookmark not defined.
3.8.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	Error! Bookmark not defined.
3.9 Uji Hipotesis Parametrik	Error! Bookmark not defined.
3.9.1 Uji Secara Simultan (Uji F).....	Error! Bookmark not defined.
3.9.2 Uji Secara Parsial (Uji t)	Error! Bookmark not defined.
3.10 Sistematika Penulisan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	Error! Bookmark not defined.
4.1 Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Sejarah Singkat UMKM Pempek Nova Tugumulyo	Error! Bookmark not defined.
4.1.2 Visi dan Misi UMKM Pempek Nova Tugumulyo	Error! Bookmark not defined.

4.1.3 Struktur Organisasi UMKM Pempek Nova Tugumulyo.....	Error!
Bookmark not defined.	
4.2 Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
4.3 Hasil Uji Instrumen Data	Error! Bookmark not defined.
4.3.1 Uji Validitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.2 Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
4.4. Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
4.4.1 Uji Normalitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.3 Uji Multikolinearitas	Error! Bookmark not defined.
4.5 Regresi Linier Berganda	Error! Bookmark not defined.
4.5.1 Koefisien Korelasi.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.2 Koefisien Determinasi.....	Error! Bookmark not defined.
4.6 Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.6.1 Uji Simultan (F)	Error! Bookmark not defined.
4.6.2 Uji Parsial (t).....	Error! Bookmark not defined.
4.7 Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
4.7.1 Pengaruh Variasi Produk, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
4.7.2 Pengaruh Variasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	Error! Bookmark not defined.
Bookmark not defined.	
4.7.3 Pengaruh Parsial Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	Error! Bookmark not defined.
Bookmark not defined.	
4.7.4 Pengaruh Parsial Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
Bookmark not defined.	
BAB V.....	Error! Bookmark not defined.
KESIMPULAN DAN SARAN.....	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2 Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA.....	8

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Rata-rata Pendapatan UMKM Pempek Nova Tahun 2025.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Lain Yang Relevan.....	21
Tabel 3.1 Waktu Penelitian.....	27
Tabel 3.2 Uraian Populasi Penelitian.....	30
Tabel 3.3 Variabel dan Definisi Operasional.....	33
Tabel 3.4 Skala Likert.....	36
Tabel 3.5 Koefisien Korelasi.....	41
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas	50
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.4 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	55
Tabel 4.5 Uji Glejser	56
Tabel 4.6 Uji Multikolinieritas	57
Tabel 4.7 Koefisien Analisis Regresi Linier Berganda	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Korelasi	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	63
Tabel 4.10 Hasil Uji F (Uji Simultan)	64
Tabel 4.11 Hasil uji-T (Parsial)	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	25
Gambar 4.1 Struktur Organisasi UMKM Pempek Nova Tugumulyo	48
Gambar 4.2 Histogram	53
Gambar 4.3 Grafik P-plot	54
Gambar 4.4 Uji Heteroskedastisitas	55

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran krusial dalam pembangunan ekonomi nasional Indonesia, dengan kontribusi mencapai 61% terhadap Produk Domestik Bruto (BPS, 2023), terutama dalam penciptaan lapangan kerja, peningkatan kesejahteraan masyarakat, dan penguatan struktur ekonomi daerah. Dari perspektif kewirausahaan, UMKM bukan sekadar entitas ekonomi, melainkan manifestasi aktivitas wirausaha yang menuntut inovasi, kreativitas, serta ketangguhan menghadapi dinamika pasar yang terus berubah. Oleh karena itu, pelaku UMKM harus mengelola usahanya secara efektif untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan di tengah persaingan yang semakin intensif.

Pertumbuhan sektor kuliner sebagai komponen integral UMKM mengalami perkembangan signifikan dalam beberapa tahun terakhir, ditandai dengan maraknya usaha baru khususnya makanan tradisional yang sekaligus memicu persaingan ketat. Dalam lanskap kewirausahaan kontemporer, UMKM dihadapkan pada transformasi perilaku konsumen yang kompleks. Konsumen kini memprioritaskan nilai tambah seperti variasi produk, daya saing harga, dan kualitas produk. Kemajuan teknologi informasi semakin memperkaya alternatif pilihan, sehingga melemahkan loyalitas pelanggan dan menuntut pengembangan keunggulan kompetitif berkelanjutan.

Loyalitas pelanggan menjadi aset strategis bagi UMKM, karena pelanggan setia tidak hanya melakukan pembelian berulang, tetapi juga merekomendasikan produk kepada orang lain, mendukung stabilitas dan ekspansi bisnis. Faktor kunci meliputi variasi produk (refleksi inovasi), harga kompetitif (indikator analisis pasar dan manajemen risiko), serta kualitas produk (pemenuhan kepuasan untuk membangun kepercayaan). Dari sudut kewirausahaan, ketiga elemen ini merupakan manifestasi kompetensi wirausaha yang esensial untuk keunggulan kompetitif jangka panjang.

Selain ketiga variabel di atas, terdapat faktor lain yang juga berperan dalam membentuk loyalitas pelanggan, namun tidak menjadi fokus utama dalam penelitian ini. Pertama, promosi (promotion) merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang berpengaruh dalam meningkatkan kesadaran dan minat beli konsumen. Promosi yang efektif, seperti pemberian diskon, program loyalitas, atau pemasaran melalui media sosial, dapat mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian berulang dan meningkatkan keterikatan terhadap merek atau produk (Kotler & Armstrong, 2018). Kedua, kualitas pelayanan (service quality) juga merupakan variabel penting yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan mencakup responsivitas, keandalan, empati, serta bukti fisik yang dirasakan pelanggan dalam setiap interaksi dengan penyedia produk atau jasa. Pelanggan yang merasa dilayani dengan baik cenderung memiliki komitmen yang lebih tinggi untuk tetap loyal terhadap suatu usaha (Parasuraman et al., 1988; Khan et al., 2026). Kedua variabel ini, meskipun tidak diteliti secara langsung dalam penelitian ini, tetap diakui keberadaannya sebagai faktor eksternal lain yang turut

mempengaruhi loyalitas pelanggan dan digambarkan dalam kerangka berpikir penelitian.

Tinjauan studi pendahulu mengungkap keterbatasan signifikan (Febrianita Zein et al., 2025) dan (Pradita & Yudiatmaja, 2018.) menyoroti pengaruh harga serta kualitas produk terhadap loyalitas, tetapi mengabaikan variasi produk sebagai inovasi kewirausahaan, (Dwi Putri et al., 2025) fokus pada kualitas tanpa integrasi variabel lain; sementara (Andika & Purnamasari, 2024) menganalisis variasi dan harga, namun mengesampingkan kualitas sebagai prediktor kepuasan. Penelitian ini mengisi celah riset dengan cara mengintegrasikan ketiga variabel (variasi produk, harga, kualitas produk), secara simultan dalam konteks UMKM kuliner tradisional lokal yang belum banyak diteliti. Secara keseluruhan, terdapat inkonsistensi variabel, minimnya fokus pada UMKM kuliner tradisional lokal (dengan karakteristik pasar unik), dan kurangnya model simultan menghasilkan research gap yang substansial. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan sangat penting bagi kelangsungan usaha UMKM di industri makanan.

Dalam konteks tersebut, salah satu UMKM kuliner tradisional yang menghadapi dinamika tersebut adalah Pempek Nova Tugumulyo, yang berlokasi di Jl. Lintas Sumatera, Kecamatan Lempuing, Kabupaten Ogan Komering Ilir, Sumatera Selatan. Berdasarkan data penjualan yang diperoleh melalui observasi awal pada tahun 2025, UMKM Pempek Nova mencatat rata-rata pendapatan harian berkisar Rp1.500.000,- hingga Rp2.500.000,- pada hari-hari normal. Namun terdapat fluktuasi yang signifikan sepanjang tahun, di mana pendapatan harian

dapat melonjak hingga Rp4.000.000 pada periode Ramadan menjelang Lebaran Idul Fitri.

Tabel 1.1 Tabel Rata-rata Pendapatan UMKM Pempek Nova Tahun 2025

No.	Bulan	Pendapatan Harian Rata-rata (Rp)	Hari Operasional	Total bulanan (Rp)	Fluktuasi vs Rata-rata
1	Januari	1.600.000	30	48.000.000	-9%
2	Februari	1.550.000	27	41.850.000	-21%
3	Maret	1.900.000	30	57.000.000	+7%
4	April	4.000.000	25	100.000.000	+87,7%
5	Mei	1.850.000	30	55.500.000	+4,2%
6	Juni	1.750.000	29	50.750.000	-4,8%
7	Juli	1.700.000	30	51.000.000	-4,3%
8	Agustus	1.950.000	30	58.500.000	+9,8%
9	September	1.700.000	29	49.000.000	-8%
10	Oktober	1.350.000	30	40.500.000	-24%
11	November	1.200.000	29	34.800.000	-34,7%
12	Desember	1.750.000	30	52.500.000	-1,5%
	TOTAL:	1.858.333/hari	349 hari	Rata-rata Rp53.283.333	32% Deviasi

Dari tabel 1.1 menunjukkan bahwa rata-rata pendapatan bulanan Pempek Nova Tugumulyo pada tahun 2025 mencapai Rp53.283.333, dengan total tahunan Rp639.400.000. Kenaikan tertinggi terjadi pada april 2025 (+87,7%) mencapai Rp100juta, karena pada bulan april itu merupakan Lebaran. Sebaliknya, penurunan terparah November (-34,7%) dan Oktober (-24%) menekan pendapatan ke Rp34,8 juta dan Rp40,5 juta. Volatilitas kurang lebih 32% (deviasi Rp17,1 juta) berkorelasi pada pola musiman dan persaingan 4 UMKM lokal.

Fenomena fluktuasi penjualan ini mengindikasikan bahwa loyalitas pelanggan Pempek Nova belum sepenuhnya stabil dan masih sangat bergantung pada faktor musiman (momen hari raya dan hari-hari besar) serta rentan terhadap tekanan kompetitif. Kondisi ini menuntut Pempek Nova untuk lebih memperhatikan faktor-faktor yang dapat membangun loyalitas pelanggan secara konsisten, yaitu melalui optimalisasi variasi produk yang ditawarkan, penetapan harga yang kompetitif dan sesuai dengan daya beli masyarakat, serta pemeliharaan kualitas produk yang mampu memenuhi ekspektasi pelanggan.

Oleh karena itu, berdasarkan fenomena di atas maka, penulis tertarik untuk meneliti dengan mengambil judul **“Pengaruh Variasi Produk, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan di UMKM Pempek Nova Tugumulyo”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah Variasi Produk, Harga dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada UMKM Pempek Nova Tugumulyo?
2. Apakah Variasi Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada UMKM Pempek Nova Tugumulyo?
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada UMKM Pempek Nova Tugumulyo?
4. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada UMKM Pempek Nova Tugumulyo?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan analisis pengaruh:

1. Variasi Produk, Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada UMKM Pempek Nova Tugumulyo.
2. Variasi Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada UMKM Pempek Nova Tugumulyo.
3. Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada UMKM Pempek Nova Tugumulyo.
4. Kualitas Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada UMKM Pempek Nova Tugumulyo.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, manfaat tersebut diantaranya :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis mengenai pengaruh Variasi Produk, Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada UMKM. Bagi pihak lain Hasil dari penelitian ini dapat diharapkan bisa menjadi informasi atau referensi untuk peneliti selanjutnya pada judul penelitian yang sama.

2. Bagi Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi UMKM Pempek, khususnya Pempek Nova dalam menyusun strategi kewirausahaan yang

lebih efektif untuk meningkatkan penjualan dan menjadikan tambahan wawasan bagi peneliti khususnya Pengaruh Variasi Produk, Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada UMKM Pempek Nova Tugumulyo.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A., & Zahfa, F. (2025). Validitas and Reliabilitas Validity and Reliability. *Jiic: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(5), 8781–8787.
- Andika, S., & Purnamasari, P. (2024). *PENGARUH VARIASI PRODUK, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (STUDI KASUS PADA PELANGGAN KENTUCKY FRIED CHICKEN DI KAB. BEKASI)*. 8(2).
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (18 September 2024). *Profil Industri Mikro dan Kecil 2023*.
- Dharmmesta, B. S., & Irawan. (2005). *Manajemen pemasaran modern* (Edisi 2).
- Liberty.Dinal Rahmat Alam, Hismi Hismi, Sahrul Sahrul, & Riki Gana Suyatna. (2023). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 313–323. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i1.630>
- Fatya, A. C., Ramadhanti, D. U., & Gunaningrat, R. (2024). *Fatya 2024*. 2(1).
- Hermawan, E. (2023). *Literature Review Perilaku Konsumen: Loyalitas Pelanggan, Pembelian Ulang dan Minat Beli*. 1(1). <https://doi.org/10.38035/jgia.v1i1>
- Maulidiah, E. P., Budiantono, B., History, A., & Satisfaction, C. (2023). *Jurnal economina*. 2(1), 2137–2146.
- Teressa, B., Lukito, J. I., Aprilia, A., & Andreani, F. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Wizz Drive Thru Gelato Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(1), 1–14. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.18.1.1-14>
- Unipa, P., & Februari, R. (2023). *ditolak dan H*. 10(1).
- Usman, 2013 : 276. (2013). *Bab Ii Landasan Teori*. 1–27.
- Wijaya, A., Chandra, E., & Mailoli, J. (2022). *Pengaruh Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Lembaga Kursus dan Pelatihan*. 8(1), 101–108. <http://www.maker.ac.id/index.php/maker>
- Dwi Putri, R., Maison, W., Alfiana, Y., Deslanisa, M., Fitriani, G., & Mahaputra Muhammad Yamin, U. (2025). STRATEGI MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KUALITAS PRODUK PADA UMKM KOTA SOLOK. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 2, 4.
- Ely Mulyati, D. (2024). *Pengantar SPSS*.

- Empiris, S., Harga, K., Produk, V., Kemasan, D., Minat, P., Produk, B., Batang, S. M., Darmawan, D., & Arifin, S. (n.d.). *Bisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management* (Vol. 3, Number 2).
- Fatya, A. C., Ramadhanti, D. U., & Gunaningrat, R. (2024). *Fatya* 2024. 2(1).
- Febrianita Zein, A., Boedhi Santoso, E., Nurul Aini, Y., Studi D-IV Manajemen Pemasaran, P., Administrasi Niaga, J., Negeri Malang, P., & Malang, K. (2025). *eISSN 0000-0000 : pISSN 0000-0000 Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada UMKM Lumpur Kentang 27 Cabang Pasar Oro-Oro Dowo Kota Malang*. <https://doi.org/10.63822/jpz38e91>
- Fitri, Annisa, N., Basri, Hisbullah, & Lewispri, M. (2023). *Pengaruh Kualitas Layanan , Kualitas Produk , Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderasi Terhadap Kepuasan Nasabah*. 13(1), 68–76.
- Forinta, V. (2015). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Minat Beli Konsumen*. 2(2), 29–44.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gun, M. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda [Canarium Indicum L.]). *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 335.
- Harga, P., Layanan, K., Promosi, D. A. N., Khan, R., Azrin, A., & Mayasari, V. (2026). *Jurnal Inovasi Manajemen dan Kewirausahaan TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA TRANSPORTASI MAXIM DI KOTA PALEMBANG (STUDI KASUS MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS TRIDINANTI Jurnal Inovasi Manajemen dan Kewirausahaan*. 7(2), 141–152.
- Hermawan, E. (2023). *Literature Review Perilaku Konsumen: Loyalitas Pelanggan, Pembelian Ulang dan Minat Beli*. 1(1). <https://doi.org/10.38035/jgia.v1i1>
- Imanulah, R., Andriyani, I., & Melvani, F. N. (2022). 1743-Article%20Text-5383-2-10-20220126. *Jurnal Ekombis Review – Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 285–295.
- Kuusela, E. N. and H. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 54–64.
- Maulidiah, E. P., Budiantono, B., History, A., & Satisfaction, C. (2023). *Jurnal economina*. 2(1), 2137–2146.

- Merek, P. C., Produk, V., & Terhadap, D. A. N. H. (2024). *PENDAHULUAN Pelrkembangan komunilkasil dil IIndonelsila telknologil saat ilnihil pelrmilntaan akan smartphonel melnilngkat pelsat* .
- Nargis Dosen Tetap Universitas Tridinanti Palembang, L. (2017). *Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di Kota Palembang*.
- Nasar, A., Saputra, D. H., Arkaan, M. R., Ferlyando, M. B., Andriansyah, M. T., & Pangestu, P. D. (2024). Uji Prasyarat Analisis. *JEBI: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(6), 786–799.
- Oktaviani, N. (2019). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Pradita, I. N. A., & Yudiaatmaja, F. (n.d.). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pucuk Maju Mandiri Desa Sudaji. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1).
- Rifka Alkhilyatul Ma'rifat, I Made Suraharta, I. I. J. (2024).
- Rismawati, D., Larashati, I., & Juhana, D. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 14(2), 94–101. <https://doi.org/10.55208/t5xr9t04>
- Rizka Octavia, D., Irwan Padli Nasution, M., & Nurbaiti. (2023). Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Fashion Grosir Muslim. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(September), 519–534. <https://doi.org/10.30868/ad.v7i02.5155>
- Sarwono, J. (2006). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Graha Ilmu.
- Shandy W et, . al. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9.
- Stianingrum, N. A., & Nurhayaty, E. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minimarket Raya Bogor Pekayon. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 3(1), 128–134.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D. Bandung: Alfabeta. In *Bandung: Alfabeta*.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (Edisi 2). Alfabeta.
- Suryana. (2013). Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses (Edisi 4). Salemba Empat.

- Teressa, B., Lukito, J. I., Aprilia, A., & Andreani, F. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Wizz Drive Thru Gelato Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(1), 1–14. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.18.1.1-14>
- Tri Hajjah Sari. (2025). IMPLEMENTASI STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA UMKM. *MANAJEMEN*, 5(1), 33–41. <https://doi.org/10.51903/manajemen.v5i1.976>
- Utami, T. L., Novendra, A. M., & Riani, D. (2023). Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi, ISSN Online: 2549-2284 Volume VII Nomor 1, Januari 2023. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, VII(7), 118–135.
- Unipa, P., & Februari, R. (2023). *ditolak dan H. 10(1)*.
- Usman, 2013 : 276. (2013). *Bab Ii Landasan Teori*. 1–27.
- Wijaya, A., Chandra, E., & Mailoli, J. (2022). *Pengaruh Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Lembaga Kursus dan Pelatihan*. 8(1), 101–108. <http://www.maker.ac.id/index.php/make>
- Wijaya, A., Chandra, E., & Mailoli, J. (2022). *Pengaruh Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Lembaga Kursus dan Pelatihan*. 8(1), 101–108.