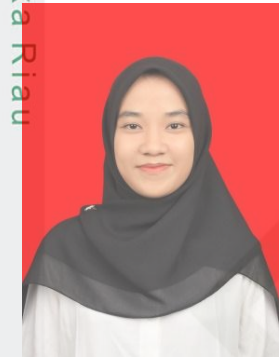


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, VARIAN PRODUK DAN HARGA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK MAMYPOKO
(STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KOTA PEKANBARU)**

SKRIPSI



UIN SUSKA RIAU

OLEH

DESYA SERLY ANANDA

NIM.11970123615

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

PEKANBARU

2023

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, VARIAN PRODUK DAN HARGA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK MAMYPOKO
(STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KOTA PEKANBARU)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

OLEH

DESYA SERLY ANANDA

NIM.11970123615

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

PEKANBARU

2023



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : DESYA SERLY ANANDA
 NIM : 11970123615
 KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
 PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN
 FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
 SEMESTER : VIII (DELAPAN)
 JUDUL : PENGARUH KUALITAS PRODUK, VARIAN PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK MAMYPKO (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KOTA PEKANBARU)

DISETUJUI OLEH :
 PEMBIMBING

Dr. DONY MARTIAS, SE, MM
 NIP. 19760306 200710 1 004

MENGETAHUI,

DEKAN



Dr. H. MAHYARNI, SE, MM
 NIP. 19700826 199903 2 001

KETUA PROGRAM STUDI
 S1 MANAJEMEN

ASTUTI MEFLINDA, SE, MM
 NIP. 19770513 200701 2 018

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Desya Serly Ananda
 NIM : 11970123615
 Jurusan : Manajemen
 Fakultas : Ekonomi Dan Ilmu Sosial
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Varian Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Mamypoko (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Pekanbaru)
 Tanggal Ujian : 27 Juni 2023

Tim Penguji

Ketua
 Astuti Meflinda, SE, MM

Sekretaris
 Ulfiah Novita, SE, M.Si

Anggota
 Muklis, SE, MM

Anggota
 Saipul Al Sukri, SE, M.Si



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat :
 Nomor : Nomor 25/2021
 Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Desya Serly Ananda
 NIM : 11970123615
 Tempat/Tgl. Lahir : Karya Indah, 27 Januari 2001
 Fakultas/Pascasarjana : Ekonomi dan Ilmu Sosial
 Prodi : Manajemen
 Judul ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah~~ lainnya* :
 "Pengaruh Kualitas Produk, Varian Produk dan Harga Terhadap
 Loyalitas Pelanggan Pada Produk Mamypoko (Studi Kasus
 Pada Masyarakat Kota Pekanbaru)".

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah~~ lainnya* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah~~ lainnya* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah~~ lainnya)* saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 06 Juli 2023
 Yang membuat pernyataan

Desya Serly Ananda
 NIM : 11970123615

* pilih salah satu sesuai jenis karya tulis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, VARIAN PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK MAMYPOKO (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KOTA PEKANBARU)

Oleh:

DESYA SERLY ANANDA
NIM : 11970123615

Mamypoko merupakan jenis popok bayi sekali pakai yang memiliki banyak keunggulan sehingga mamypoko saat ini menempati posisi teratas pada top brand. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, varian produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada produk mamypoko di Kota Pekanbaru. Data penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Populasi penelitian ini tidak diketahui jelas. Sampel penelitian adalah sebagian masyarakat Kota Pekanbaru yang telah melakukan pembelian ulang produk mamypoko sebanyak 118 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling. Metode pengumpulan data melalui kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah kuantitatif dengan regresi linier berganda menggunakan program SPSS 26. Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, varian produk dan harga secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada produk mamypoko di Kota Pekanbaru. Nilai Adjusted R Square adalah sebesar 0,542. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen kualitas produk, varian produk dan harga dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan. Kualitas produk, varian produk dan harga dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan sebesar 54,2%, sedangkan sisanya sebesar 45,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteleti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Varian Produk, Harga dan Loyalitas Pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

PENGARUH KUALITAS PRODUK, VARIAN PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK MAMYPOKO (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KOTA PEKANBARU)

By:

DESYA SERLY ANANDA
NIM : 11970123615

Mamypoko is a type of disposable baby diaper that has many advantages so that currently Mamypoko occupies the top position in top brands. The research objective was to determine the effect of product quality, product variant and price on customer loyalty to mamypoko products in Pekanbaru City. The research data consists of primary data and secondary data. The population of this study is not known clearly. The research sample was a portion of the people of Pekanbaru City who had repurchased 118 mamypoko products. The sampling technique used is purposive sampling. Methods of data collection through questionnaires. The data analysis method used is quantitative with multiple linear regression using the SPSS 26 program. The results of the data analysis show that the variable product quality, product variant and price partially and simultaneously have a significant effect on customer loyalty to mamypoko products in Pekanbaru City. Adjusted R Square value is 0.542. This shows that the independent variables of product quality, product variants and prices can affect the dependent variable, namely customer loyalty. Product quality, product variants and prices can affect the dependent variable, namely customer loyalty of 54.2%, while the remaining 45.8% is influenced by other variables not examined in this research.

Keywords: Product Quality, Product Variance, Price and Customer Loyalty.


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh.

Alhamdulillahirobbil 'alamin

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sholawat serta salam selalu tercurah kepada Rasullullah Muhammad SAW, sehingga Penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Varian Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Mamypoko (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Pekanbaru)”** sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Jurusan Strata I Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua dan adik saya, Ayahanda Mardalis, Ibunda tercinta Yuslimar dan Adik satu-satunya Zahwa Shifa Nura. Yang selalu membantu dalam jerih payahnya, doa dan harapan, serta semangat yang selalu diberikan kepada saya untuk dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini.

Saya sebagai penulis juga sangat berterima kasih kepada diri saya sendiri, yang telah mampu kooperatif dalam mengerjakan tugas akhir ini. Terimakasih karena selalu berpikir positif ketika keadaan tidak berpihak, dan selalu berusaha mempercayai diri sendiri, hingga akhirnya diri saya mampu membuktikan bahwa saya bisa mengandalkan diri saya sendiri.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Suksesnya penyusunan skripsi ini tentunya penulis tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang memberikan bimbingan, arahan, bantuan dan dukungan. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Ibu Dr. Hj. Mahyarni, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Kamarruddin, S,Sos, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Mahmuzar, M.Hum selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Ibu Dr. Julina, SE, M. Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Ibu Astuti Meflinda, SE, MM selaku Ketua Prodi S1 Manajemen dan Bapak Fakhurrozi, SE, MM selaku Sekretaris Jurusan Prodi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Dr. Doni Martias, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberi semangat serta banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan memberikan petunjuk yang sangat berharga bagi penulis dalam penulisan skripsi ini.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ibu Meri Sandora, SE, MM selaku penasehat akademik yang telah memberikan bimbingan kepada penulis selama masa perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Seluruh Bapak / Ibu Dosen, Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama masa perkuliahan.

Aditya Jefry Kaimuddin terima kasih atas dukungan, semangat, serta telah menjadi tempat berkeluh kesah, selalu ada dalam suka maupun duka selama proses penyusunan skripsi ini.

Teman seperjuangan Lestia Rini Saragih, Tasya Ira Dhani, Sugiarti, Sukmah Ramadhani, Rizka Sri Rahayu, Natasha Elladitia Dewanggi dan Suria Ningsih yang telah kebersamai dan memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis menjadi pahala dan diberikan balasan yang berlipat ganda oleh ALLAH SWT.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan pada penulisan Skripsi ini. Penulis mengharapkan adanya kritik maupun saran yang bersifat membangun yang bertujuan untuk menyempurnakan isi dari skripsi ini serta bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan pada umumnya dan bagi penulis untuk mengamalkan ilmu pengetahuan di tengah-tengah masyarakat.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Wassalamuallaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Pekanbaru, Juni 2023
Penulis

Desya Serly Ananda
Nim.11970123615



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.3. Manfaat Penelitian	8
1.4. Sistematika Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1. Manajemen Pemasaran	11
2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran	11
2.1.2. Tujuan Manajemen Pemasaran	11
2.2. Loyalitas Pelanggan	12
2.2.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	12
2.2.2. Karakteristik Loyalitas Pelanggan	14
2.2.3. Atribut Mengukur Loyalitas Pelanggan.....	14
2.2.4. Indikator Loyalitas Pelanggan	15
2.3. Kualitas Produk.....	15
2.3.1. Pengertian Kualitas Produk	15
2.3.2. Indikator Kualitas Produk	17
2.4. Varian Produk	18
2.4.1. Pengertian Varian Produk.....	18
2.4.2. Indikator Varian Produk	19

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.5. Harga	20
2.5.1. Pengertian Harga.....	20
2.5.2. Indikator Harga	21
2.6. Hubungan Antar Variabel	22
2.6.1. Hubungan Variabel Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan	22
2.6.2. Hubungan Variabel Varian Produk terhadap Loyalitas Pelanggan .	23
2.6.3. Hubungan Variabel Harga terhadap Loyalitas Pelanggan	24
2.7. Pandangan Islam Terkait Variabel Yang di Teliti	25
2.8. Penelitian Terdahulu	25
2.9. Variabel Penelitian	28
2.10. Hipotesis Penelitian	29
2.11. Kerangka Pemikiran	30
2.12. Definisi Konsep Operasional Variabel Penelitian	30
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	33
3.2. Jenis dan Sumber data	33
3.2.1. Data Primer	33
3.2.2. Data Sekunder.....	33
3.3. Populasi dan Sampel	33
3.3.1. Populasi.....	33
3.3.2. Sampel	34
3.4. Teknik Pengumpulan Sampel	35
3.5. Teknik Pengumpulan Data	36
3.5.1. Kuesioner (Angket).....	36
3.5.2. Interview (Wawancara).....	37
3.5.3. Observasi	37
3.6. Teknik Analisis Data	37
3.7. Uji Instrumen	38
3.7.1. Uji Validitas	38
3.7.2. Uji Reliabilitas	38
3.8. Uji Asumsi Klasik	39

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.8.1. Uji Normalitas.....	39
3.8.2. Uji Heteroskedastisitas	39
3.8.3. Uji Multikolonieritas.....	40
3.8.4 Uji Autokorelasi.....	40
3.9. Uji Regresi Linear Berganda	41
3.10. Uji Hipotesis	41
3.10.1. Uji T.....	41
3.10.2. Uji F.....	42
3.10.3. Koefisien Determinasi (R^2)	43
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	45
4.1. Sejarah Singkat PT <i>Unicharm</i>	45
4.2. Visi dan Misi PT <i>Unicharm</i>	46
4.2.1. Visi.....	46
4.2.2. Misi	46
4.3. Struktur Organisasi PT <i>Unicharm</i>	47
4.4. Sejarah Kota Pekanbaru	47
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
5.1. Karakteristik Responden.....	50
5.1.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
5.1.2. Responden Berdasarkan Usia	51
5.1.3. Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
5.1.4. Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian Produk.....	52
5.1.5. Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Produk	52
5.2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	53
5.2.1. Kualitas Produk (X1)	53
5.2.2. Varian Produk (X2)	55
5.2.3. Harga (X3)	56
5.2.4. Loyalitas Pelanggan (Y)	57
5.3. Uji Kualitas Data	59
5.3.1. Uji Validitas.....	59

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.3.2. Uji Realibilitas	63
5.4. Uji Asumsi Klasik.....	64
5.4.1. Uji Normalitas.....	64
5.4.2. Uji Heteroskedastisitas	67
5.4.3. Uji Multikolonieritas.....	68
5.4.4. Uji Autokorelasi.....	68
5.5. Regresi Linear Berganda	69
5.6. Uji Hipotesis	71
5.6.1. Uji Parsial (Uji T)	71
5.6.2. Uji Simultan (Uji F)	72
5.6.3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	73
5.7. Pembahasan	74
5.7.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Mamypoko Di Kota Pekanbaru	74
5.7.2. Pengaruh Varian Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Mamypoko Di Kota Pekanbaru	76
5.7.3. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Mamypoko Di Kota Pekanbaru	77
5.7.4. Pengaruh Kualitas Produk, Varian Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Mamypoko Di Kota Pekanbaru	78
BAB VI PENUTUP	80
6.1. Kesimpulan	80
6.2. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

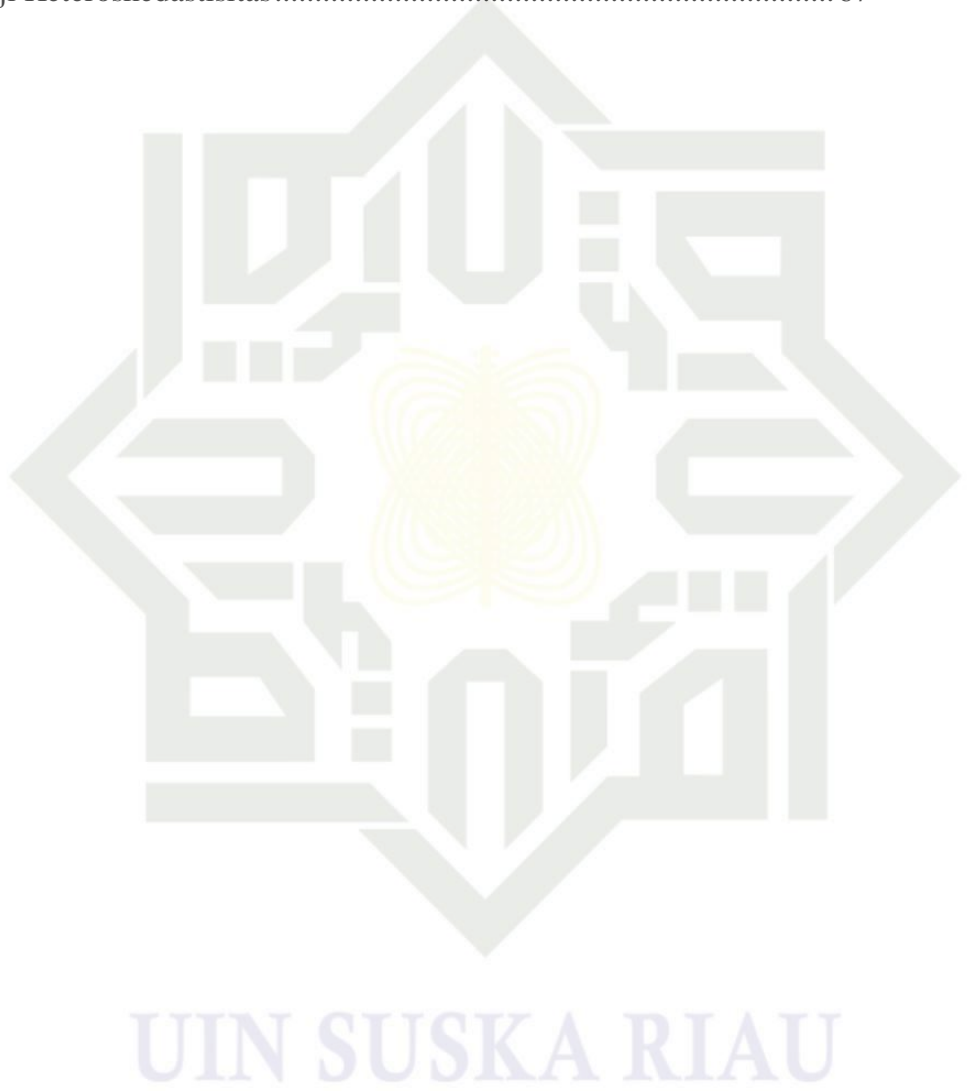
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Indonesia Tahun 2020-2022	2
Tabel 1. 2 Data Produk Mamypoko	3
Tabel 1. 3 Data Perbandingan Mamypoko dengan Merek Lain	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 2.2 Defenisi Konsep Operasional Variabel Penelitian.....	30
Tabel 5.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 5.2 Data Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 5.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
Tabel 5.4 Data Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian Produk	52
Tabel 5.5 Data Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Produk.....	53
Tabel 5.6 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kualitas Produk (X1).....	54
Tabel 5.7 Rekapitulasi Tanggapan Responden Varian Produk (X2)	55
Tabel 5.8 Rekapitulasi Tanggapan Responden Harga (X3).....	56
Tabel 5.9 Rekapitulasi Tanggapan Responden Loyalitas Pelanggan (Y)	57
Tabel 5.10 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kualitas Produk (X1).....	60
Tabel 5.11 Rekapitulasi Tanggapan Responden Varian Produk (X2)	61
Tabel 5.12 Rekapitulasi Tanggapan Responden Harga (X3).....	62
Tabel 5.13 Rekapitulasi Tanggapan Responden Loyalitas Pelanggan (Y)	62
Tabel 5.14 Rekapitulasi Uji Reliabilitas	64
Tabel 5.15 Hasil Uji Normalitas <i>dengan Kolmogorov Smirnov</i>	66
Tabel 5.16 Uji Rekapitulasi Uji Multikolinearitas.....	68
Tabel 5.17 Uji Autokorelasi	69
Tabel 5.18 Uji Regresi Linear Berganda.....	69
Tabel 5.19 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T)	71
Tabel 5.20 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	73
Tabel 5.21 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R ²)	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT <i>Unicharm</i>	47
Gambar 5.1 Uji Normalitas.....	65
Gambar 5.2 Uji Heteroskedastisitas.....	67



- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Beberapa tahun terakhir terjadi peningkatan yang cukup signifikan terhadap perlengkapan bayi seperti popok bayi. Bisnis popok bayi terus meningkat karena adanya peningkatan angka kelahiran di negara-negara berkembang seperti Indonesia, yang akan mendorong pertumbuhan pasar popok bayi.

Di Indonesia sendiri ada begitu banyak merek popok bayi yang dipasarkan. Mulai dari Mamypoko, Sweety, Pampers, Happy Nappy dan lain sebagainya. Mamypoko merupakan salah satu produk PT. *Uni-Charm* Indonesia yang menduduki posisi pertama dalam *Top Brand* Indonesia. *Top Brand* sendiri merupakan penghargaan yang diberikan kepada merek-merek unggul dengan performa yang luar biasa di pasar Indonesia.

Penentuan *Top Brand* dilakukan menggunakan metode survey yang dilakukan tiga kali dalam setahun dan mengambil tempat di 15 kota besar di Indonesia yang salah satunya yakni Pekanbaru. Pengukuran *Top Brand* melalui proses wawancara yang dilakukan secara tatap muka dan juga menggunakan kuesioner terstruktur yang didesain secara khusus. Adapun salah satu kriteria untuk bisa menduduki posisi *Top Brand* ialah keinginan konsumen untuk menggunakan kembali di masa yang akan datang (**Irawan, 2022**). Berikut disajikan data *Top Brand* Indonesia kategori popok bayi tahun 2020 sampai 2022.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 1. 1 *Top Brand Indonesia Tahun 2020-2022*

Brand	Top Brand Indonesia		
	2020	2021	2022
Mamypoko	54,20%	54,50%	54,40%
Sweety	15,60%	21,30%	22,40%
Pampers	14,00%	13,50%	12,70%
Happy Nappy	8,00%	5,40%	5,40%
Huggies	6,30%	4,90%	4,90%

Sumber: www.topbrand-award.com

Dapat dilihat pada tabel 1.1 Mamypoko menempati posisi teratas *Top Brand Index* pada perawatan pribadi bayi untuk kategori popok bayi selama 3 tahun berturut-turut dengan persentase pada tahun 2020 sebesar 54,20%, tahun 2021 sebesar 54,50% dan pada tahun 2022 sebesar 54,40%.

Mamypoko sendiri mengklaim bahwa produknya berkualitas tinggi dengan bahan yang begitu lembut untuk kulit bayi. Kualitas suatu produk sendiri berkaitan erat dengan loyalitas konsumen, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran suatu perusahaan. Kualitas menyatakan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsinya (Daga, 2017).

Selain menciptakan produk yang berkualitas, Mamypoko juga menyediakan berbagai macam variasi jenis produk. Variasi produk ialah berbagai macam produk dengan lini yang berbeda dan dibedakan berdasarkan ukuran, harga, jenis serta fungsi dari masing-masing produk tersebut (Ramadhoni & Purwanto, 2021).

Dan tiap variasi produk tersebut dibanderol dengan harga yang beragam pula. Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan

jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa (Indrasari, 2019). Berikut data variasi produk Mamypoko beserta harganya.

Tabel 1. 2 Data Produk Mamypoko

No	Jenis Produk	Ukuran	Harga	Isi
1	MamyPoko <i>Preemie Care</i>	<i>Preemie XS</i>	Rp.64.000	24 Pcs
		<i>Preemie S</i>	Rp.50.850	26 Pcs
		<i>Preemie</i>	Rp.80.000	30 Pcs
2	MamyPoko <i>Royal Soft Newborn</i>	<i>NB</i>	Rp.151.900	84 Pcs
		<i>S</i>	Rp.151.900	80 Pcs
		<i>M</i>	Rp.151.900	72 Pcs
		<i>L</i>	Rp.151.900	62 Pcs
		<i>XL</i>	Rp.151.900	50 Pcs
		<i>XXL</i>	Rp.151.900	28 Pcs
3	MamyPoko <i>Pants Royal Soft</i>	<i>S</i>	Rp.144.700	70 Pcs
		<i>M</i>	Rp.144.700	64 Pcs
		<i>L</i>	Rp.144.700	52 Pcs
		<i>XL</i>	Rp.144.700	46 Pcs
		<i>XXL</i>	Rp.185.900	38 Pcs
4	MamyPoko <i>Pants Skin Comfort</i>	<i>S</i>	Rp.54.900	38 Pcs
		<i>M</i>	Rp.54.900	32 Pcs
		<i>L</i>	Rp.54.900	28 Pcs
		<i>XL</i>	Rp.58.900	24 Pcs

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau	MamyPoko <i>Pants X-Tra</i> Kering Tidak Gembung	XXL	Rp.58.900	22 Pcs
		S	Rp.47.500	32 Pcs
		M	Rp.47.500	30 Pcs
		L	Rp.47.500	28 Pcs
© Hak cipta milik UIN Suska Riau	MamyPoko <i>Pants Ekstra Dry</i>	XL	Rp.47.500	23 Pcs
		S	Rp.44.250	25 Pcs
		M	Rp.44.250	21 Pcs
		L	Rp.44.250	20 Pcs
		XL	Rp.44.250	17 Pcs
7	MamyPoko <i>Perekat X-Tra</i> Kering	NB-S	Rp.31.000-49.900	44 Pcs
		M	Rp.32.000-51.900	40 Pcs
State Islamic University of Sultan Saifur Kasim Riau	Mamypoko <i>Pants X-Tra</i> Kering	S	Rp.33.000-77.900	40-58 Pcs
		M	Rp.34.000-77.900	34-50 Pcs
		L	Rp.40.900-77.900	30-44 Pcs
		XL	Rp.46.900-82.900	26-38 Pcs
		XXL	Rp.60.900-85.799	24-34 Pcs
© Hak cipta milik UIN Suska Riau	Mamypoko <i>Junior Night Pants</i> Celana (Celana Malam)	XXL	Rp.71.925	14-28 Pcs
		XXXL	Rp.77.250	12-24 Pcs

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta			Pcs
-----------	--	--	-----

Sumber: Unicharm Official Shop di Aplikasi Shopee dan diolah Pada Desember 2022

Untuk memperkuat kajian permasalahan penelitian, peneliti melakukan pra-survey berupa wawancara singkat kepada ibu-ibu yang memiliki balita di wilayah Pekanbaru. Banyak dari ibu-ibu tersebut yang memiliki pengalaman kurang menyenangkan terhadap produk Mamypoko seperti ruam pada kulit bayi jika terlalu lama digunakan dan ketahanan Mamypoko tidak sampai 12 jam. Namun, meskipun para ibu-ibu tersebut memiliki pengalaman kurang menyenangkan, ibu-ibu tersebut tetap memilih Mamypoko sebagai popok untuk anak mereka dikarenakan Mamypoko memiliki bahan yang lembut dibandingkan produk diapers lain, selain itu Mamypoko juga lebih cepat menyerap, ukurannya juga sangat bervariasi, harganya sepadan dengan kualitas produknya. Ibu-ibu tersebut juga beranggapan bahwa dibeberapa balita, Mamypoko justru tidak menimbulkan ruam sama sekali. Berikut disajikan perbandingan Mamypoko dengan merek lain.

Tabel 1. 3 Data Perbandingan Mamypoko dengan Merek Lain

	Mamypoko	Sweety	Happy Nappy
Harga	Mulai dari Rp 1.090/pcs	Mulai dari Rp 1.100/pcs	Mulai dari Rp 917/pcs
Produk	a. Mamypoko Preemie Care, b. Mamypoko Pants Royal Soft, c. Mamypoko Pants Extra Dry, d. Mamypoko Pants X-tra Kering, e. Mamypoko Royal	a. Sweety Gold Pants, b. Sweety Gold Comfort, c. Sweety Silver Pants Boys/Girls, d. Sweety Silver Pants, e. Sweety Bronze	a. Happy Nappy Baby Diaper, b. Happy Nappy Smart Pants

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	Soft New born, f. Mamypoko Perekat X-tra Kering, g. Mamypoko Junior Night Pants, h. Mamypoko Pants Xtra Kering Slim	Overnite Pants, f. Sweety Bronze Comfort, g. Sweety Bronze Pants	
Promosi	Iklan melalui media elektronik dan non elektronik, media sosial, dan Pokojang Point Program	Iklan melalui media elektronik dan non elektronik, media sosial, dan Sweety Care	Iklan melalui media elektronik dan non elektronik, dan media sosial
Place	Toko online, swalayan, baby shop, retail store	Toko online, swalayan, baby shop, retail store	Toko online, swalayan, baby shop, retail store
Ukuran Diapers	Berat bayi < 1 kg sampai 35 kg	Berat bayi < 5 kg sampai 35 k	Berat Bayi 4 sampai > 17 kg

Sumber: Informasi di web dan official store perusahaan diapers (Mamy Poko, Sweety, dan Happy Nappy), diolah tahun 2023.

Berdasarkan data pada tabel 1.3 diatas dapat dilihat bahwa popok bayi merek Mamypoko memiliki beberapa keunggulan dibanding dengan merek diapers lainnya seperti variasi produknya yang sangat banyak dibandingkan merek lain. Selain itu Mamypoko juga dapat digunakan untuk balita dengan berat kurang dari 1kg, hal ini berbeda dengan merek lain yang hanya menyediakan produk diapers untuk balita dengan berat kurang dari 5kg dan 4kg. Keunggulan ini sejalan dengan posisi Mamypoko sebagai top brand kategori perawatan bayi selama 3 tahun berturut-turut. Dan perbandingan di atas juga yang menjadi pertimbangan ibu-ibu di Pekanbaru untuk selalu menggunakan produk Mamypoko. Sikap ibu-ibu yang selalu menggunakan Mamypoko sebagai popok untuk anaknya disebut dengan loyalitas.

Loyalitas konsumen merupakan komitmen jangka panjang konsumen, yang berwujud dalam perilaku dan sikap yang loyal terhadap perusahaan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan produknya, dengan cara mengkonsumsi secara teratur dan berulang serta merekomendasikan juga kepada orang lain, sehingga perusahaan dan produknya menjadi bagian penting dari proses konsumsi yang dilakukan oleh konsumen (Priansa, 2017). Loyalitas pelanggan disini merupakan suatu sifat konsumen yang memiliki suatu komitmen terhadap merek tersebut yang mana mereka akan konsisten dalam melakukan pembelian ulang (Sangadji & Sopiah, 2013).

Berdasarkan uraian latar belakang diatas , maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, VARIAN PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK MAMYPOKO DI KOTA PEKANBARU”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh *signifikan* terhadap loyalitas pelanggan pada produk mamypoko di Kota Pekanbaru?
2. Apakah varian produk berpengaruh *signifikan* terhadap loyalitas pelanggan pada produk mamypoko di Kota Pekanbaru?
3. Apakah harga berpengaruh *signifikan* terhadap loyalitas pelanggan pada produk mamypoko di Kota Pekanbaru?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Apakah kualitas produk, varian produk dan harga berpengaruh *signifikan* secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada produk mamypoko di Kota Pekanbaru?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *signifikan* kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada produk mamypoko di Kota Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *signifikan* varian produk terhadap loyalitas pelanggan pada produk mamypoko di Kota Pekanbaru.
3. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *signifikan* harga terhadap loyalitas pelanggan pada produk mamypoko di Kota Pekanbaru.
4. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *signifikan* kualitas produk, varian produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada produk mamypoko di Kota Pekanbaru.

1.3. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan
 Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan sebagai bahan masukan untuk memajukan usaha serta mengetahui sejauh apa pengaruh kualitas produk, varian produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada produk mamypoko di Kota Pekanbaru.
2. Bagi penulis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengaplikasikan ilmu dan teori yang dipelajari selama ini. Selain itu diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran khususnya terhadap loyalitas pelanggan pada produk mamypoko.

3. Bagi universitas

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai penambahan bahan referensi serta dapat digunakan penelitian lain sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya.

1.4. Sistematika Penelitian

Penulisan dalam penelitian ini akan dibagi dalam bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta rencana dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menguraikan tentang teori-teori yang mendukung pemecahan masalah penelitian sehingga dapat disimpulkan hipotesis-hipotesis dan variabel-variabel penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian merupakan penentuan lokasi dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik dan metode pengumpulan data serta analisis data. Dengan demikian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dapat diketahui beberapa jumlah sampel yang dapat penulis ambil, teknik dan metode serta analisis apa yang tepat untuk digunakan.

BAB IV : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Menggambarkan secara umum mengenai objek yang akan diteliti yang meliputi sejarah objek penelitian, aktivitas objek penelitian dan struktur organisasi.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai deskripsi objek penelitian, hasil analisis data dan pembahasan.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan kesimpulan yang merupakan pernyataan dari peneliti mengenai perbaikan yang perlu dilakukan dimasa yang akan datang terkait dengan permasalahan penelitian.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Manajemen Pemasaran

2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran

Berdasar (Malau, 2016) Pemasaran adalah aktivitas bertransaksi penukaran nilai yang dipunyai oleh tiap pihak, contohnya ialah menukar produk milik perusahaan pada uang milik pelanggan.

Menurut (Rahmawati, 2016) Manajemen pemasaran sebuah seni yang disebabkan objek pemasaran adalah manusia, dimana tiap individu mempunyai karakter maupun rasa ingin pada sesuatu yang berbeda, oleh karenanya dibutuhkan seni komunikasi, pendekatan serta rayuan yang memiliki perbedaan guna mendapatkan hati manusia.

2.1.2. Tujuan Manajemen Pemasaran

Berdasar (Indrasari, 2019) terdapat 7 maksud dari manajemen pemasaran, yakni:

1. Terciptanya permintaan atau *demand*

Manajemen pemasaran bertujuan guna terciptanya permintaan dengan segala cara.

2. Kepuasan pelanggan

Manajemen pemasaran diharuskan untuk memahami mengenai permintaan pelanggan sebelum dilakukannya tawar menawar pada mereka.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Pangsa pasar ataupun *market share*

Tiap bisnis bertujuan guna memberi peningkatan pangsa pasarnya, yaitu rasio penjualnya pada keseluruhan hasil jual pada perekonomian.

4. Peningkatan keuntungan

Departemen pemasaran ialah hanya departemen ini memiliki penghasilannya pada bisnis.

5. Baiknya citra produk di mata orang banyak

Guna mendirikan citra produk dengan sebaik mungkin untuk seluruh orang ialah tujuan dari manajemen pemasarannya.

6. Menciptakan pelanggan baru

Didirikannya bisnis bertujuan untuk melakukan penjualan produk maupun pelayanan pada pelanggan, oleh karenanya pelanggan ialah dasar dari bisnis.

7. Memuaskan pelanggan

Dengan terciptanya pelanggan baru, itu masih belum cukup. Bisnis diharuskan untuk melakukan perkembangan serta pendistribusian produk serta layanan yang membuat pelanggan merasa puas karena sudah memenuhi ekspektasinya.

2.2. Loyalitas Pelanggan

2.2.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan

Terciptanya serta mempertahankan konsumen loyal ialah tujuan utama sebuah bisnis. Perusahaan harus berusaha mengupayakan guna

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

membina pelanggan yang loyal, dimana memiliki kemampuan untuk menahan pelanggan dan juga memberikan rekomendasi kepada calon pelanggan lainnya.

Loyalitas pelanggan adalah pembelian berulang yang sebenarnya dari suatu produk atau layanan, ini termasuk membeli lebih banyak produk atau layanan yang sama dari perusahaan yang sama atau produk pengganti lainnya, merekomendasikan perusahaan tersebut kepada orang lain, dan mungkin menggunakan produk dari waktu ke waktu. Panjang merek tetap menjaga kualitasnya (Fatihudin & Firmansyah, 2019).

Menurut (Priansa, 2017) Loyalitas Pelanggan adalah komitmen untuk waktu yang lama oleh pelanggan, dengan wujud dalam perilaku serta sikap loyalnya pada perusahaan beserta produknya, melalui konsumsi dengan teratur dan diulang kembali, oleh karenanya perusahaan serta produknya memiliki peranan penting dalam proses konsumsi bagi pelanggan.

Menurut (Priansa, 2017) Loyalitas Pelanggan adalah komitmen untuk jangka waktu yang lama oleh konsumen, dengan wujud pada perilaku ataupun sikap loyalnya pada perusahaan serta produknya, melalui cara konsumsi dengan teratur dan diulang kembali. Oleh karenanya perusahaan serta produknya menjadi cakupan dalam proses konsumsi oleh pelanggan.

Menurut (Priansa, 2016) Loyalitas konsumen ialah komitmen pelanggan pada sebuah merek, toko, ataupun pemasok dengan cerminan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berdasar sikap yang positif serta wujud perilaku dalam membeli kembali yang dilakukan konsumen itu dengan konsisten.

Menurut (Sangadji & Sopiah, 2013) Loyalitas pelanggan ialah komitmen konsumen pada sebuah merek toko ataupun orang yang memasoki berdasar sikap positifnya serta dengan cerminan dari pembelian kembali secara konsisten.

2.2.2. Karakteristik Loyalitas Pelanggan

Konsumen loyal ialah aset terpenting untuk perusahaan, yang mana bisa diamati melalui karakteristiknya. Menurut (Sangadji & Sopiah, 2013) menyebutkan bahwasannya konsumen loyal mempunyai ciri-ciri seperti:

1. Membeli dengan berulang kembali.
2. Membeli di seluruh lini produk maupun jasa.
3. Memberi rekomendasi produk lainnya.
4. Memperlihatkan kekebalannya melalui daya tarik barang yang satu tipe oleh pesaingnya.

2.2.3. Atribut Mengukur Loyalitas Pelanggan

Sesuai (Sangadji & Sopiah, 2013) guna melakukan pengukuran loyalitas dibutuhkan berbagai atribut, yakni:

1. Menyebutkan sesuatu yang positif mengenai produk untuk orang lain.
2. Memberi rekomendasi produk untuk orang lain yang meminta saran.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Melakukan pertimbangan bahwasannya produk ini ialah pilihan awal saat membeli.
4. Menjalankan banyak bisnis ataupun pembelian melalui produk pada beberapa tahun yang akan datang.

2.2.4. Indikator Loyalitas Pelanggan

Menurut (Sangadji & Sopiah, 2013) ada 6 indikator yang bisa dipakai guna melakukan pengukuran pelanggan, yaitu:

1. Membeli kembali.
2. Keterbiasaan untuk memakai merek.
3. Kesukaan yang tinggi untuk merek.
4. Tetap pada merek tersebut.
5. Rasa yakin bahwasanya merek tertentu ialah merek yang terbaik.
6. Memberi rekomendasi merek untuk orang lain.

2.3. Kualitas Produk

2.3.1. Pengertian Kualitas Produk

Berdasarkan (Daga, 2017) Kualitas produk ialah sesuatu yang butuh memperoleh perhatian pokok oleh perusahaan maupun produsen, perlu diingat bahwasannya kualitas produk memiliki kaitan erat pada loyalitas konsumen, dimana termasuk tujuan dari kegiatan pemasaran oleh perusahaan. Kualitas menyebutkan tingkat kemampuan sebuah merek ataupun produk tertentu pada pelaksanaan fungsi tertentu.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut **(Rahmawati, 2016)** Kualitas produk ialah percampuran sifat beserta karakteristik untuk melakukan penentuan sejauh apa keluaran bisa memenuhi persyaratan keperluan pelanggan ataupun penilaian hingga sejauh apa sifat serta karakteristiknya telah memenuhi kebutuhannya.

Menurut **(Ibrahim & Tahwil, 2019)** Kualitas produk ialah tergabungnya seluruh ciri-ciri produk yang didapatkan melalui divisi pemasaran, hasil merekayasa produk serta memelihara, oleh karenanya terjadilah produk bisa dipakai seperti apakah yang dibutuhkan pihak konsumen.

Menurut **Kotler and Armstrong (2012)** arti dari kualitas produk adalah *“the ability of a product to perform its functions, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes”* yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Kualitas produk (*product quality*) adalah salah satu sarana positioning utama pemasar. Kualitas produk memiliki pengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut **Tjiptono (2013)**, kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan; kualitas yang mencakup produk, jasa, manusia, proses, sertalingkungan; kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap

merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang).

2.3.2. Indikator Kualitas Produk

Berdasar (Rahmawati, 2016) terdapat 8 indikator untuk kualitas produk, yakni:

1. *Performance* (Cara bekerja)
Seberapa jauh produknya bisa terpakai sesuai fungsi penting dari produk itu.
2. *Features* (Fitur)
Berisi lengkapnya berbagai fitur tambahan, lain daripada kegunaan penting umumnya sebuah produk turut memiliki kegunaan lainnya bersifat komplemen.
3. *Reliability* (Keandalan)
Seberapakah gagalnya ketika memakai produk tersebut.
4. *Conformance* (Kesesuaian)
Meninjau kualitas suatu produk melalui sudut sesuainya antara bentuknya, ukurannya, warnanya, beratnya, bahkan sistem pengoperasiannya melalui standar yang telah ditentukan.
5. *Durability* (Daya tahan)
Ketahanan suatu produk jikalau dikenakan secara terus menerus pada waktu tertentu.
6. *Serviceability* (Kemudahan Servis)

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Meninjau kualitas melalui mudahnya produk tersebut dioperasikan, perbaikannya ataupun tersedianya komponen pengganti. Mengenai sejauh apakah produk tersebut bisa dipakai perawatan sendiri bagi pemakainya.

7. Estetika

Meninjau kualitas sebuah produk melalui penampilannya, coraknya, rasanya, daya tariknya, bau selernya serta faktor lainnya yang jadi poin terpenting pada kualitasnya. Hal ini berkaitan pada keindahannya, keserasiannya, kesesuaiannya yang memberi daya tarik sebagai ciri khas untuk konsumen.

8. *Perceived*, citra dan reputasi produk

Mengenai kualitas melalui sisi konsumen, terpacu di kualitas menjadi cakupan terpenting kesan konsumen pada produk serta layanannya.

2.4. Varian Produk

2.4.1. Pengertian Varian Produk

Menurut (**Ramadhoni & Purwanto, 2021**) Variasi produk adalah produk yang mempunyai desain ataupun jenis yang berbeda yang terproduksi oleh perusahaan. Produk yang bervariasi akan membedakan produk antar perusahaan dalam kategori sama.

Menurut (**Tobing & Budi, 2020**) Varian produk ialah sebuah bagian khusus pada sebuah merek ataupun lini produk yang bisa dilakukan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pembedaan sesuai ukurannya, harganya, penampilannya ataupun atribut lainnya, yang umumnya disebut sebagai *stockeeping* ataupun variasi produk.

Menurut (Afriyanti & Rahmidani, 2019) Produk yang bervariasi ialah strategi pemasaran dari perusahaan guna mempertahankan konsumennya supaya konsumen tersebut tidak bosan pada produknya.

2.4.2. Indikator Varian Produk

Berdasar (Lestari, 2021) indikator variasi produk ada 4 (empat), yaitu:

1. Ukuran

Suatu produk akan mengamati secara nyata serta bisa diukur dengan mengamati bentuknya, modelnya beserta struktur fisik produk tersebut.

2. Harga

Keseluruhan uang yang memiliki nilai tukar guna mendapatkan untung melalui kepemilikan ataupun menggunakan suatu produk maupun jasa.

3. Tampilan

Seluruh sesuatu ditunjukkan produk itu, tampilan ialah daya tarik suatu barang yang bisa diamati dengan langsung untuk konsumen. Tampilan pada suatu kemasan barang bisa dikatakan seperti yang diamati melalui mata serta memiliki sifat menarik konsumen guna membeli produk itu. Tampilan yang ada di

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kemasan produk mempunyai desain, warna yang sesuai, oleh karenanya bisa menarik konsumen guna melakukan pembelian untuk produknya.

4. Ketersediaan produk

Berbagai jenis barang yang disediakan di toko, produk tersedia banyak serta beragam mampu membuat konsumen agar membelinya.

2.5. Harga

2.5.1. Pengertian Harga

Menurut (**Indrasari, 2019**) Harga ialah nilai sebuah barang maupun jasa dengan dilakukannya pengukuran melalui nominal uang dipakai oleh konsumen guna memperoleh berbagai campuran serta barang ataupun jasa.

Menurut (**Satriadi, Wanawir, Hendrayani, Siwiyanti, & Nursaidah, 2021**) Harga ialah total keseluruhan nilai yang diberi pelanggan guna memperoleh keuntungan melalui kepemilikan maupun memakai sebuah produk ataupun jasa.

Menurut (**Setiyanigrum, Jusuf, & Efendi, 2015**) Harga ialah total uang yang diminta guna sebuah produk ataupun jasa. Secara umumnya harga bisa disebut bahwasannya total seluruh nilai yang diberikan konsumen guna mendapat untung atas miliknya ataupun pemakaian sebuah produk atau jasa.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut **(Kotler dan Armstrong, 2012)** Sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat –manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk. Bagi perusahaan penetapan harga merupakan cara untuk membedakan penawarannya dari para pesaing **(Hasan, 2013)**

2.5.2. Indikator Harga

Sesuai **(Indrasari, 2019)** ada 5 indikator dimana memberi ciri-ciri pada harga, yakni:

1. Harganya yang terjangkau
 Harga mudah untuk dijangkau seluruh kelompok berdasar target pasar terpilih.
2. Harga yang sesuai pada kualitas produknya
 Produk yang berkualitas akan dilakukan penentuan harga untuk ditawarkan ke konsumen.
3. Harga yang memiliki persaingan
 Dengan ditawarnya harga, apakah makin tinggi ataupun rendah dari rata-rata daripada pesaing.
4. Harga yang sesuai pada manfaatnya

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Konsumen akan merasa puas atas manfaat yang didapatkannya setelah mengonsumsi produk yang telah ditawarkan, yang mana telah sesuai pada uang yang mereka keluarkan.

5. Harga bisa memberi pengaruh pada konsumen untuk mengambil keputusan

Saat harga tidak sama seperti pada kualitas serta konsumen tidak memperoleh manfaat setelah mengonsumsi, konsumen tentunya tidak akan membeli kembali. Namun jika harga sesuai, konsumen bisa membeli produk itu kembali.

2.6. Hubungan Antar Variabel

2.6.1. Hubungan Variabel Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan

Kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan; kualitas yang mencakup produk, jasa, manusia, proses, sertalingkungan; kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah **Tjiptono (2013)**. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan (**Pahlawan, 2019**). Kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, dimana semakin baik produk yang diberikan perusahaan kepada konsumen semakin tinggi pula tingkat loyalitas pelanggan tersebut. Perusahaan PDAM telah memberikan produk yang berkualitas sehingga menimbulkan kepuasan kepada konsumen sehingga konsumen tersebut loyal pada produknya.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ketika kualitas produk dipersepsikan baik menyebabkan kesetiaan konsumen yang tinggi, dan sebaliknya apabila kualitas produk dipersepsikan tidak baik akan menyebabkan semakin rendahnya kesetiaan konsumen. Dalam melakukan pembelian, konsumen akan cenderung mengulang pembelian produk yang menurutnya produk tersebut mampu memberikan keuntungan baginya. Artinya produk yang dinilai berkualitas baiklah yang akan dibeli konsumen.

2.6.2. Hubungan Variabel Varian Produk terhadap Loyalitas Pelanggan

Produk yang bervariasi ialah strategi pemasaran dari perusahaan guna mempertahankan konsumennya supaya konsumen tersebut tidak bosan pada produknya (Afriyanti & Rahmidani, 2019). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan (Rahmi Rosita, 2021). Menunjukkan bahwa varian produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Hal tersebut dapat dilihat dari varian obat ataupun jenis obat-obatan yang stoknya tetap tersedia baik itu obat lokal maupun import, mulai dari *generic* sampai obat paten sekalipun.

Varian produk adalah suatu unit khusus dalam suatu produk yang dibedakan berdasarkan atribut dari produk tersebut. Varian produk berupa komposisi yang terdapat di dalam produk tersebut yang membedakan dari produk lain yang bertujuan untuk mempermudah seorang konsumen menggunakan produk tersebut sesuai dengan keinginan mereka. Dan juga agar konsumen merasa puas akan produk yang beragam, dengan itu dapat menjadikan produk tersebut melekat di hati konsumen.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.6.3. Hubungan Variabel Harga terhadap Loyalitas Pelanggan

Harga yakni sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat –manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler dan Armstrong, 2012). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan (Rahmi Rosita, 2021). menunjukkan hasil bahwa harga merupakan faktor penting dalam mempengaruhi loyalitas konsumen. Yang mana saat ini konsumen lebih cerdas, sangat kritis, sadar akan harga, lebih banyak menuntut dan juga didekati oleh banyak pesaing yang memberikan penawaran yang sama atau bahkan lebih. Jadi dalam menentukan loyalitas konsumen informasi mengenai harga sangat dibutuhkan yang mana informasi ini akan diperhatikan lalu akan dapat mempengaruhi konsumen terhadap kelayolitasannya.

Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Apabila harga yang ditawarkan oleh produsen sesuai maka konsumen akan membeli, sebaliknya apabila konsumen menolaknya maka produsen perlu meninjau lagi harga jual yang mereka tawarkan kepada konsumen. Sebuah produk yang baik bukan hanya didukung oleh produk yang beragam serta kualitas yang bagus tetapi juga harga yang mudah dijangkau menjadikan produk tersebut mudah untuk melekat di benak konsumen hal tersebut akan membuat konsumen untuk tetap setia terhadap produk yang dibelinya.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.7. Pandangan Islam Terkait Variabel Yang di Teliti

Ibu Taimiyah mengatakan bahwa harga yang adil adalah harga yang setara. Maknanya harga itu harus senilai dengan barang yang diperjual belikan dan alat tukar yang diberikan harus setara dengan yang dibeli dan disertai dengan saling ridha meridhai, maka daripada itu terjadilah keadilan harga. Ayat yang menjadi rujukan Ibnu Taimiyah dalam menetapkan harga adalah surat An-Nisa ayat 29:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
 تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
 رَحِيمًا

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu.”*

Ayat ini menjelaskan bahwa Allah SWT sangat melarang adanya kecurangan yang menyebabkan kerugian dalam kegiatan perniagaan. Yang mana sebagian besar jenis perniagaan adalah memakan harta dengan batil. Itu sebabnya pembatasan nilai suatu barang dan menjadikan harganya sesuai dengan ukurannya berdasarkan keadilan hampir merupakan sesuatu yang mustahil.

2.8. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan berkaitan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Tahun	Hasil Penelitian
2	Mada Faisal Akbar, Hadion Wijoyo dan Adhi Wibowo.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Air Mineral Alfamart Pada Toko Alfamart Cabang Cikokol.	2021	Dalam uji hipotesis t hitung 7,256 lebih dari t tabel 1,993, maka dari itu penelitian disini menunjukkan bahwasanya ada pengaruh secara signifikan kualitas produk pada loyalitas konsumen Air Mineral Alfamart Pada Toko Alfamart Cabang Cikokol”.
2	Daniel I Nyoman Renatha Cardia, I Wayan Santika dan Ni Nyoman Rsi Respati.	Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Kartu Prabayar Smartfren di Kota Denpasar.	2019	Sesuai hasil penelitian bisa ditarik kesimpulan bahwasanya kualitas produk, harga serta promosi adanya pengaruh dengan signifikan pada loyalitas konsumen.
3	Muhammad Rezha Pahlawan, Abdul Rahman Laba, Erlina Pakki, Hardiyono dan Nurlia.	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Perusahaan Derah Air Minum (PDAM) Kota Makassar.	2019	Sesuai hasil penelitian bahwasanya kualitas produk, kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh positif serta signifikan pada loyalitas konsumen di PDAM Kota Makassar.
4	Zulhilmy Ramadhoni dan Fajar Purwanto.	Pengaruh Kualitas Layanan, Varian Produk, Harga, Endorser dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Ayam Geprek Benu Mojokerto.	2021	Sesuai hasil penelitian yang sudah dilaksanakan, bisa diketahui bahwasanya kualitas layanan, varian produk, harga, endorser serta citra merek dengan parsial beserta simultan bahwasanya adanya pengaruh pada loyalitas konsumen.
5	Jumarodin, Aftoni Susanto	Pengaruh Variasi Produk Terhadap	2019	Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	dan Fitroh Adhilla.	Loyalitas Konsumen BEDUKMUTU di UMY.		dengan umum penilaian konsumen pada Bedukmutu ialah bagus serta cukup (yang mendekati bagus).
	Efrida Julianti Hasibuan, Elida Florentina Sinaga Simanjorang dan Bhakti Helvi.	Pengaruh Variasi Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Holat Afifah Rantauprapat Kabupaten Labuhanbatu.	2022	Variasi produk, harga serta kepuasan pelanggan memiliki pengaruh pada loyalitas konsumen terhadap 55,5%.
	Rahmi Rosita, Retno Setya Budiasningrum, Nurul Giswi Karomah dan Ria Estiana.	Menganalisis Varian Produk, Promosi, Harga dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Apotek Rizal Bekasi di Era Pandemi Covid-19.	2021	Varian produk, promosi, harga serta brand image berpengaruh positif serta signifikan untuk loyalitas konsumen.
	Slamet Heri Winarno, Bryan Givan dan Yudhistira.	Faktor-Faktor Penentu Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat IM3 OOREDO.	2018	Pelanggan IM3 Ooredoo dari kalangan mahasiswa cenderung mementingkan banyaknya kualitas produk dari produk yang dipakai konsumen, oleh karenanya mereka tidak ingin untuk pindah ke produk lainnya. Begitu pula pada faktor harga yang jadi komponen penting agar membangun loyalitas untuk kalangan mahasiswa yang memakai IM3 Ooredoo. Terbukti melalui hasil perhitungan statistik bahwa 69,2% loyalitas yang muncul pada pemakaian IM3 Ooredoo dikalangan mahasiswa

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

				terpengaruhi dengan kualitas produk dan harga.
	Nurafrina Siregar dan Hakim Fadillah.	Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Kampoeng Deli Medan.	2018	Variabel citra usaha, kualitas produk dan harga berpengaruh positif pada loyalitas pelanggan.
	Salman Farisi dan Qahfi Romula Siregar.	Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan.	2020	Secara parsial serta simultan tiap variabel harga serta promosi memiliki pengaruh pada loyalitas konsumen Gojek di kota Medan.

Sumber: Jurnal Hasil Penelitian Terdahulu

2.9. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2021).

Adapun variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (Independen) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Adapun variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah:
 - X1 = Kualitas Produk
 - X2 = Varian Produk
 - X3 = Harga

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Variabel terikat (Dependent) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Adapun variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \text{Loyalitas Pelanggan}$$

2.10. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah biasanya menggunakan kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2021).

Adapun hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. H_1 : Diduga kualitas produk berpengaruh *signifikan* terhadap loyalitas pelanggan pada produk Mamypoko di Kota Pekanbaru.
2. H_2 : Diduga varian produk berpengaruh *signifikan* terhadap loyalitas pelanggan pada produk Mamypoko di Kota Pekanbaru.
3. H_3 : Diduga harga berpengaruh *signifikan* terhadap loyalitas pelanggan pada produk Mamypoko di Kota Pekanbaru.
4. H_4 : Diduga kualitas produk, varian produk dan harga berpengaruh *signifikan* secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada produk Mamypoko di Kota Pekanbaru.

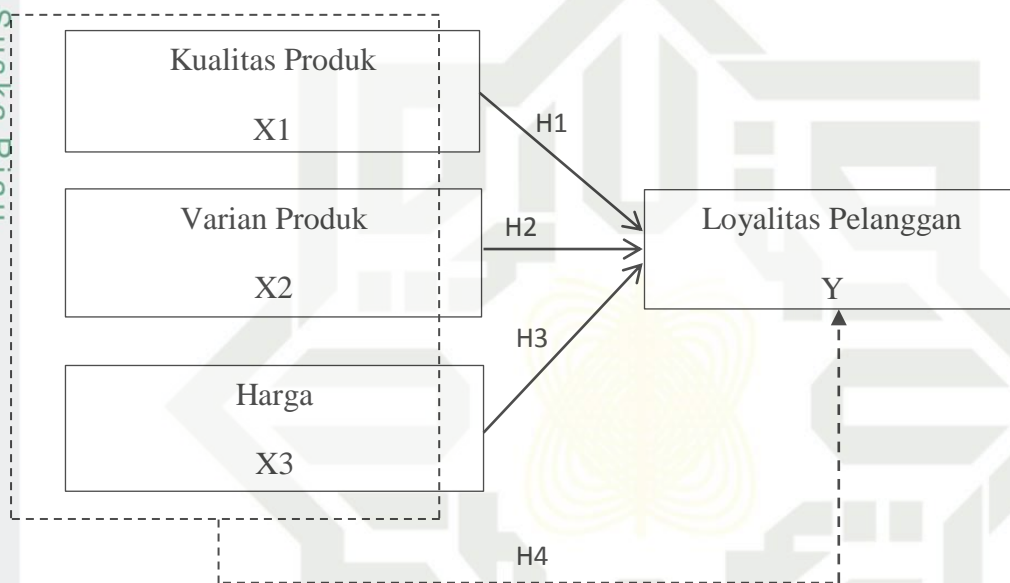
Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.11. Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir adalah sintesa tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan (Sugiyono, 2021). Berikut ini adalah gambaran kerangka berfikir dalam penelitian ini:

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



Sumber: (Sugiyono, 2021).

Keterangan gambar:



: Pengaruh secara Parsial



: Pengaruh secara Simultan

2.12. Definisi Konsep Operasional Variabel Penelitian

Tabel 2.2 Defenisi Konsep Operasional Variabel Penelitian

N	Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
1	Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas Pelanggan ialah komitmen untuk waktu yang lama bagi pelanggan, dengan berwujud pada perilaku serta	1. Membeli kembali. 2. Terbiasa untuk mengkonsumsi merek.	Skala Likert

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		<p>sikap loyal untuk perusahaan dan produknya, melalui mengkonsumsi dengan teratur dan diulang, oleh karenanya perusahaan serta produknya jadi cakupan dalam tahapan konsumsi oleh pelanggan.</p> <p>Menurut (Priansa, 2017).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 3. Kesukaan secara berlebih untuk merek. 4. Tetap memilih mereknya. 5. Merasa yakin bahwasanya merek tertentu ialah merek terbaik. 6. Merekomendasikan merek untuk orang lain. <p>Menurut (Sangadji & Sopiah, 2013).</p>	
2	Kualitas Produk (X1)	<p>Kualitas produk termasuk sesuatu yang diperlukan untuk memperoleh perhatian penting dari suatu perusahaan atau produsen, perlu diingat kembali bahwasanya kualitas sebuah produk memiliki kaitan erat pada loyalitas konsumen yang mana termasuk tujuan dari aktivitas pemasaran oleh perusahaan. Kualitas menyebutkan tingkatan kemampuan sebuah merek ataupun produk tertentu pada pelaksanaan fungsi tertentu.</p> <p>Menurut (Daga, 2017).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cara bekerja 2. <i>Features</i> 3. Handal 4. Sesuai 5. Ketahanan 6. <i>Serviceability</i> 7. Estetika 8. Citra serta reputasi produk <p>Menurut (Rahmawati, 2016).</p>	Skala Likert
	Varian Produk (X2)	<p>Varian Produk ialah sebuah bagian khusus pada sebuah merek ataupun lini produk yang bisa dibedakan melalui ukurannya, harganya, penampilannya ataupun atributnya, yang umumnya</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ukurannya 2. Harganya 3. Tampilan 4. Ketersediaan Produknya <p>Menurut (Lestari, 2021).</p>	Skala Likert

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		dikatakan <i>stockkeeping</i> ataupun varian produk. Menurut (Tobing & Budi, 2020) .		
	Harga (X3)	Harga ialah penilaian sebuah barang maupun jasa yang dilakukan pengukurannya melalui total uang yang dipakai pembeli guna memperoleh sejumlah kombinasi serta barang maupun jasa. Menurut (Indrasari, 2019) .	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang mudah untuk dijangkau. 2. Sesuai dengan kualitas produknya. 3. Mempunyai daya persaingan. 4. Sesuai pemanfaatannya. 5. Harga bisa memberi pengaruh untuk konsumen pada pengambilan keputusan. Menurut (Indrasari, 2019) .	Skala Likert

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Kota Pekanbaru, Riau. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan November 2022 – Mei 2023.

3.2. Jenis dan Sumber data

3.2.1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Data primer didapatkan dengan menggunakan kuesioner yang diisi oleh responden yang melakukan pembelian ulang produk Mamypoko di Kota Pekanbaru.

3.2.2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah jadi atau data yang sudah ada sebagai hasil penelitian orang lain, namun perlu dianalisis kembali sebagai pelengkap terhadap data primer atau objek yang diteliti. Data ini biasanya diperoleh melalui dokumen-dokumen, buku-buku, laporan-laporan atau hasil ilmiah lainnya yang ada kaitannya dengan penelitian.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2021). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat atau ibu-ibu yang membeli ulang produk Mamypoko di Kota Pekanbaru tahun 2022 yang tidak diketahui jumlah pastinya.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi (Sugiyono, 2021).

Karena penelitian ini tidak diketahui jumlah pasti dari populasi yang akan diteliti. Daripada itu dalam melakukan perhitungan ukuran sampel yang akan digunakan juga memperhatikan populasi tersebut. Maka perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus Cochran (Sugiyono, 2021).

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

n = 96,04 dibulatkan menjadi 100 orang

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

z = Harga dalam kurve normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

p = Peluang benar 50% = 0,5

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$q = \text{Peluang salah } 50\% = 0,5$

$e = \text{Tingkat kesalahan sampel (sampling error) } 10\%$

Dari hasil yang diperoleh di atas yaitu 96,04 merupakan bilangan berkoma, maka pada perhitungan yang menghasilkan bilangan berkoma sebaiknya dibulatnya ke bilangan bulat terdekat. Sehingga jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 orang responden.

3.4. Teknik Pengumpulan Sampel

Secara umum teknik pengambilan sampel dibedakan menjadi dua macam, yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. *probability sampling* digunakan ketika terdapat peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi yang dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan *nonprobability sampling* digunakan ketika tidak terdapat peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Penelitian ini mengambil sampel dengan teknik *purposive sampling* dalam *nonprobability sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2021). Dalam penelitian ini pertimbangan tersebut berdasarkan karakteristik sebagai berikut:

- a). Konsumen yang melakukan pembelian ulang produk mamypoko di Kota Pekanbaru.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b). Konsumen ibuk-ibuk yang memakaikan produk mamypoko kepada anaknya minimal 3 kali.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam usaha untuk mendapatkan data yang dibutuhkan, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

3.5.1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (**Sugiyono, 2021**).

Dalam penelitian ini peneliti membuat daftar pertanyaan atau pernyataan yang berkaitan dengan kualitas produk, varian produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan produk Mamypoko di Kota Pekanbaru. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert, di mana responden diminta untuk menjawab pertanyaan dengan jawaban yang telah ditentukan sebagai berikut:

1. Sangat Setuju (SS) diberi nilai 5
2. Setuju (S) diberi nilai 4
3. Netral (N) diberi nilai 3
4. Tidak Setuju (TS) diberi nilai 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai 1

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.5.2. Interview (Wawancara)

Interview adalah pertemuan antara dua orang untuk bertukar informasi melalui tanya jawab. Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan baik secara langsung maupun tidak langsung yang diberikan kepada konsumen yang melakukan pembelian ulang produk Mamypoko di Kota Pekanbaru.

3.5.3. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu kuesioner dan wawancara. Kuesioner dan wawancara selalu berkomunikasi dengan orang, sedangkan observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden pengamatan dan ingatan.

3.6. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kuantitatif disebut sebagai analisis statistik karena dalam mengelola dan menggunakan rumus-rumus statistika. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan statistik dengan bantuan SPSS 26 Untuk mencapai tujuan penelitian ini maka penulis menggunakan metode analisis sebagai berikut:

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.7. Uji Instrumen

3.7.1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid atau tidak valid. Alat ukur yang dimaksud disini merupakan pertanyaan atau pernyataan yang ada dalam kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan tersebut pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner (Ghozali, 2021).

Kriteria Pengujian Validitas:

- a) H_0 diterima apabila r hitung $> r$ tabel.
- b) H_0 ditolak apabila r statistik $\leq r$ tabel.

Jika hasil menunjukkan nilai yang signifikan maka masing-masing indikator pertanyaan maupun pernyataan adalah valid.

3.7.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi atau keteraturan hasil pengukuran suatu instrument apabila instrument tersebut digunakan lagi sebagai alat ukur suatu objek atau responden. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan atau pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2021). Kriteria uji reliabilitas:

- a) Suatu konstruk/ variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* $> 0,70$.
- b) Suatu konstruk/ variabel dikatakan tidak reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* $< 0,70$.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.8. Uji Asumsi Klasik

3.8.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendeteksi distribusi normal.

Distribusi normal akan membentuk satu garis diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2021).

3.8.2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika terlihat probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5% atau $> 0,05$ dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas (Ghozali, 2021).

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.8.3. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) (Ghozali, 2021). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai *tolerance value* >0,1 atau VIF <10, maka kesimpulannya tidak terjadi multikolinearitas.
- b) Jika nilai *tolerance value* <0,01 atau VIF >10, maka kesimpulannya ada multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

3.8.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Apabila terjadi korelasi, maka dinamakan ada masalah autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi (Ghozali, 2021).

Hipotesis yang akan diuji adalah:

- a) H_0 : tidak ada autokorelasi ($r = 0$)
- b) H_a : ada autokorelasi ($r \neq 0$)

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.9. Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah analisis yang dilakukan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independent terhadap satu variabel dependen. Analisis ini digunakan untuk membuat ramalan tentang seberapa besarnya pengaruh nilai variabel terhadap loyalitas konsumen.

Formula untuk regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y : Loyalitas pelanggan

A : Konstanta

X1: Kualitas produk

X2: Varian produk

X3: Harga

B1 : Koefisien regresi untuk variabel kualitas produk

B2 : koefisien regresi untuk variabel varian produk

B3 : koefisien regresi untuk variabel harga

E : Error

3.10. Uji Hipotesis

3.10.1. Uji T

Nilai t hitung digunakan untuk menguji pengaruh parsial (per variabel) variabel bebas terhadap variabel tergangungnya. Pada penelitian ini

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

uji t dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel kualitas produk (X1), varian produk (X2), harga (X3) dan loyalitas pelanggan (Y). Adapun kriteria pengambilan keputusan yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

Apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $\text{sig} < \alpha$ maka:

- a) H_0 ditolak, H_a diterima. Artinya, terdapat pengaruh secara parsial antara kualitas produk, varian produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan.
- b) H_0 diterima, H_a ditolak. Artinya, tidak terdapat pengaruh secara parsial antara kualitas produk, varian produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan.

3.10.2. Uji F

Digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel tergangungnya. Jika variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terganggu maka model persamaan regresi masuk dalam kriteria cocok atau fit.

Analisa uji F dilakukan dengan membandingkan F hitung dan F tabel. Sebelum membandingkan nilai F, harus ditentukan tingkat kepercayaan $(1-\alpha)$ dan derajat kebebasan (degree of freedom) $- n - (k+1)$ agar dapat ditentukan nilai kritisnya.

Adapun nilai α yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05. Dimana kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut:

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, atau $sig < 0,05$ maka terdapat pengaruh X secara simultan terhadap variabel Y.
- b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, atau $sig > 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh X secara simultan terhadap variabel Y.

3.10.3. Koefisien Determinasi (R^2)

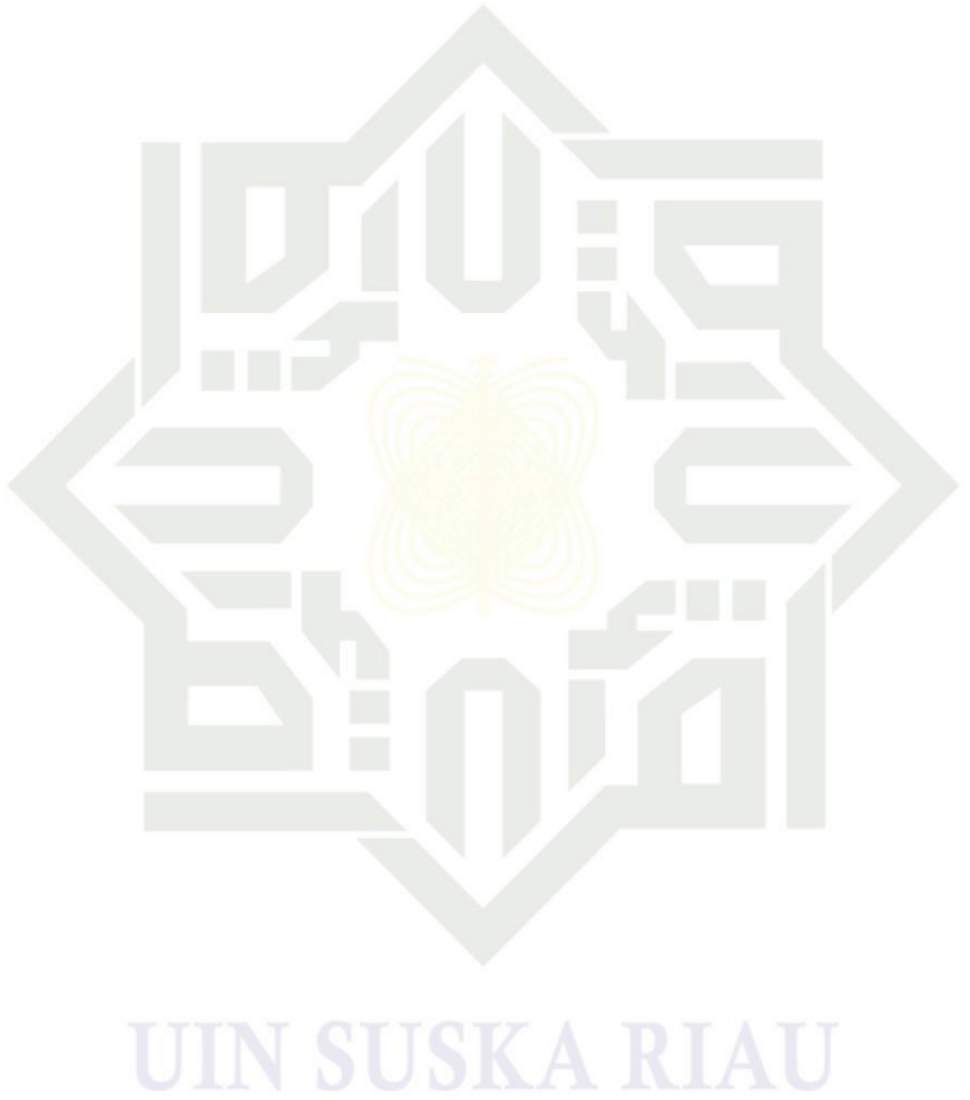
Uji koefisien korelasi digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Semakin besar nilai koefisien korelasi, menunjukkan semakin eratnya hubungan antara variabel, dan sebaliknya.

Uji Koefisien determinasi (R^2) adalah sebuah koefisien yang menunjukkan persentase semua pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin besar adjusted R^2 suatu variabel independen, maka menunjukkan semakin dominan pengaruh variabel dependen. Nilai adjusted R^2 yang telah di sediakan adalah antar 0 dan sampai 1. Apabila terdapat nilai adjusted R^2 bernilai negatif, maka di anggap bernilai 0 (nol).

Nilai R^2 yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel independen. Jika koefisien determinasi (R^2) = 0, artinya variabel independen tidak mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen. Untuk menentukan keeratan dari hubungan atau korelasi antar variabel, dapat di lihat pada ketentuan di bawah ini:

- a) $0 < R \leq 0,10$, Korelasi sangat rendah/lemah sekali.
- b) $0,20 < R \leq 0,40$, Korelasi rendah/lemah tapi pasti.

- c) $0,40 < R \leq 0,70$, Korelasi yang cukup berarti.
- d) $0,70 < R \leq 0,90$, Korelasi yang tinggi, kuat.
- e) $0,90 < R \leq 1,00$, Korelasi sangat tinggi, kuat sekali.
- f) $R = 1$, Korelasi Sempurna

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1. Sejarah Singkat PT *Unicharm*

PT. *Unicharm* Indonesia ialah suatu perusahaan besar serta berperan sebagai produsen dari produk *consumer goods* (barang konsumsi) milik Indonesia yang mana berfokuskan untuk produk perawatan bayi, feminin, serta kesehatan. Mereknya yang terkenal diantaranya Mamypoko, Charm serta Lafree.

Unicharm Corporation berdiri tahun 1961 melalui modal 3 juta yen serta 24 karyawan di kawasan *Chuo, Shikoku*. Untuk karyawannya sekarang ada lebih dari 6.000 karyawan serta aktivitasnya tidak di Jepang saja, melainkan sudah tersebar di berbagai penjuru dunia seperti Eropa, Timur Tengah dan Asia menjadi pusatnya.

Perusahaan ini mulai melakukan ekspansinya ke Taiwan terlebih dahulu saat tahun 1984 kemudian pada 1990-an mulai menetrasi di wilayah Asia. Tahun 2005 mulai membangun perusahaan secara patungan di Arab Saudi dan membeli produsen *diapers* milik Australia pada 2008. Dengan modal kemampuan untuk mengembangkan produknya serta *marketing* yang ditempa Jepang, dilakukanlah percepatan ekspansi luar negeri serta dilakukanlah penyesuaian gaya hidup, termasuk kebiasaan untuk memakai produk berbeda di tiap negara.

Mamypoko menjadi brand premium popok bayi telah hadir di kawasan Asia Timur serta Asia Tenggara, dengan produknya yang

menggunakan perekat serta tipe celana yang diterapkan di Jepang, lebih praktis untuk dipakai dan semakin banyak dipakai konsumen di kawasan Asia.

4.1. Visi dan Misi PT *Unicharm*

4.2.1. Visi

Kami berupaya untuk memaksimalkan manajemen perseroan yang benar dengan mempersatukan capaian tanggung jawab sosial serta bahagia milik karyawan, dan juga berkembangnya perseroan.

4.2.2. Misi

Kami akan terus menciptakan produk serta layanan dan No.1 di dunia untuk memberikan rasa nyaman, sentuhan, serta bahagia bagi seluruh orang di Indonesia. Oleh karenanya, seluruh karyawan bekerja sama guna terciptanya kesuksesan.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

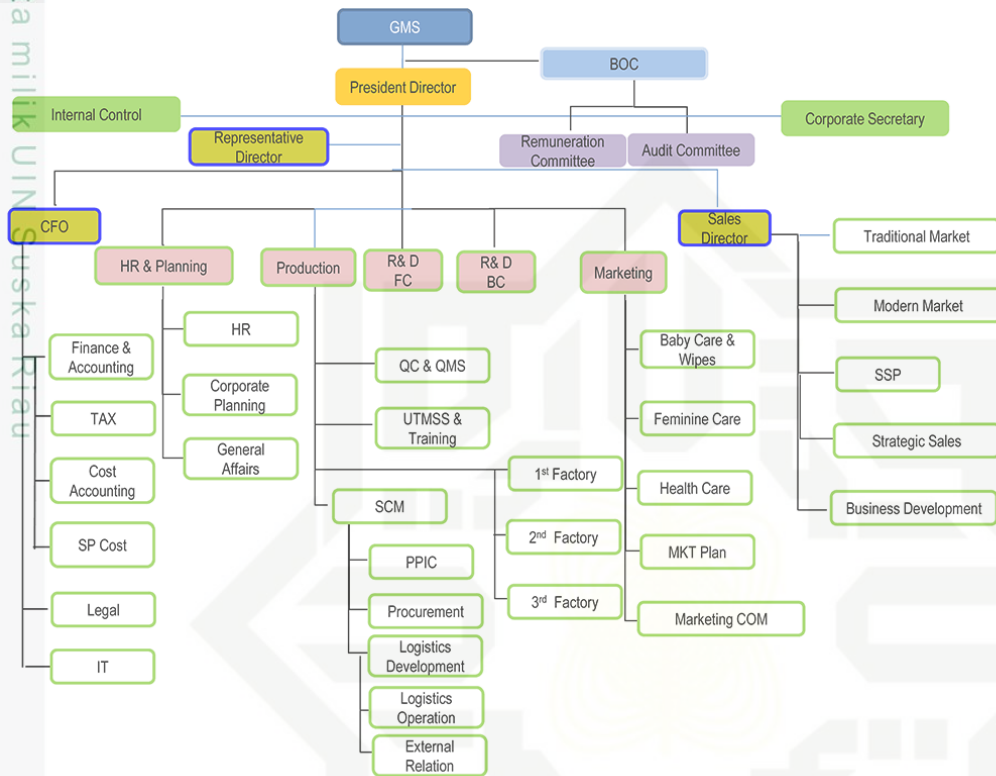
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.3. Struktur Organisasi PT Unicharm

Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Unicharm



Sumber: www.unicharm.co.id

4.4. Sejarah Kota Pekanbaru

Kota pekanbaru ialah ibukota serta kota paling besar yang ada di Provinsi Riau. Kota ini termasuk *sentral* ekonomi yang besar di daerah Sumatera, serta menjadi kota yang memiliki tingkat pertumbuhan migrasinya serta urbanisasinya yang tinggi. Asal mulanya ialah dari suatu pasar ataupun pekan yang dibangun beberapa pedagang minangkabau di daerah tepi Sungai Siak abad ke-18, dan Kota Pekanbaru menetapkan hari

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

jadinya pada 23 Juni 1784. Kota ini berkembang pesat dalam industri, termasuk minyak buminya beserta dilaksanakannya otonomi daerah.

Dahulunya, Pekanbaru lebih dikenal sebagai Senapelan dimana waktu itu masih dipimpin kepala suku dengan daerah ladang pada saat itu, kemudian berubah menjadi permukiman. Lalu perkampungan ini berpindah ke wilayah baru dengan diberi nama Dusun Payung Sekaki di tepi muara Sungai Siak.

Tetapi dusun baru itu tidak amat dikenal dan lebih dikenal menjadi Senapelan. Berkembangnya wilayah ini memiliki kaitan erat pada berkembangnya Kerajaan Siak Sri Indrapura, yang mana semenjak Sultan Abdul Jalil Alamudin Syah bermukim di Senapelan, ia mendirikan istana di Kampung Bukit yang letaknya dekat di kampung Senapelan. Perkiraannya, istana ini berlokasi di sekitar Mesjid Raya saat ini, Sultan Abdul Jalil Alamudin Syah berinisiatif guna mendirikan pekan di Senapelan namun tidak bisa membuatnya berkembang disana.

Upaya yang sudah dilakukannya itu diteruskan putranya, yakni Raja Muda Muhammad Ali di kawasan baru dimana berlokasi di sekitaran pelabuhan saat ini. Kemudian ketika Selasa tanggal 21 Rajah 1204 Hijriah ataupun 23 Juni 1784 Masehi sesuai musyawarah bersama datuk 4 suku, wilayah Senapelan berganti nama menjadi Pekan Baharu dan diperingatilah menjadi hari lahir kota tersebut. Semenjak saat itulah, nama Senapelan tidak dipakai lagi serta semakin populernya nama Pekan Baharu dengan memiliki arti sebagai Pekanbaru.

Sesuai PP No.9 tahun 1987, 7 September 1987 wilayah Kota Pekanbaru dilakukanlah perluasan yang mulanya kurang lebih seluas 62.96 km² menjadi kurang lebih seluas 446,50 Km², meliputi 8 Kecamatan serta 45 Kelurahan maupun Desa. Melalui hasil patokan di lapangan oleh BPN, TLI Riau oleh karenanya ditetapkanlah luas wilayah Kota Pekanbaru ialah 532.26 Km². Secara *geografis* Pekanbaru memiliki posisi strategis di jalur lintas timur wilayah Sumatera, berhubungan pada berbagai kota misalnya Medan, Padang serta Jambi, yang mana wilayah administratifnya berada diantara Kabupaten Siak di wilayah utara serta timur, dan untuk wilayah barat serta selatan ialah Kabupaten Kampar.

Kota Pekanbaru memiliki batas wilayah Kabupaten Kota:

- a. Utara: berbatasan pada Kabupaten Siak serta Kabupaten Kampar
- b. Selatan: berbatasan Kabupaten Kampar serta Kabupaten Pelalawan
- c. Timur: berbatasan Kabupaten Siak serta Kabupaten Pelalawan
- d. Barat: berbatasan Kabupaten Kampar

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Sesuai hasil dari menganalisis data beserta bahasan yang ada dalam Bab V bisa ditarik simpulan seperti dibawah ini:

1. Sesuai hasil ujian statistik t, menunjukkan bahwasanya variabel kualitas produk (X1) memiliki signifikan $0,032 < 0,05$ serta nilai t hitung memperlihatkan angka senilai $2,173 > 1,980$, serta hasil uji statistik f, memperlihatkan bahwasanya kualitas produk (X1) bernilai signifikan $0,000$ kurang dari $0,05$ dan nilai f hitung memperlihatkan angka senilai $45,057 > 2,68$. Sehingga bisa ditarik simpulan secara parsial serta simultan kualitas produk (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan pada loyalitas pelanggan untuk produk mamypoko di Kota Pekanbaru. Semakin bagus kualitas produknya yang diciptakan oleh mamypoko, sehingga makin meningkat juga tingkat loyalitas pelanggan untuk produk mamypoko di Kota Pekanbaru.
2. Sesuai hasil ujian statistik t, menunjukkan bahwasanya variabel varian produk (X2) bernilai signifikan $0,024 < 0,05$ serta nilai t hitung memperlihatkan angka senilai $2,281 > 1,980$. Dan hasil uji statistik f, menunjukkan bahwa varian produk (X2) bernilai signifikan $0,000 < 0,05$ serta nilai f hitung memperlihatkan angka senilai $45,057 > 2,68$. Oleh karenanya bisa dibuat kesimpulan yang parsial serta simultan varian produk (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan pada pelanggan yang

loyal untuk produk mamypoko di Kota Pekanbaru. Semakin banyak varian produk yang ditawarkan mamypoko, maka dapat memberi kemudahan konsumen ketika melakukan pencarian produk seperti keperluannya, sehingga meningkatkan loyalitas pelanggan pada produk mamypoko di Kota Pekanbaru.

3. Sesuai hasil ujian statistik t, menunjukkan bahwasanya variabel harga (X3) bernilai signifikan 0,000 kurang dari 0,05 serta nilai t hitung memperlihatkan angka senilai $4,110 > 1,980$. Dan hasil uji statistik f, menunjukkan bahwa harga (X3) bernilai signifikan 0,000 $< 0,05$ serta nilai f hitung memperlihatkan angka senilai $45,057 > 2,68$. Maka dapat disimpulkan secara parsial serta simultan harga (X3) mempunyai pengaruh signifikan pada pelanggan yang loyal untuk produk mamypoko di Kota Pekanbaru. Beragam harga yang ditawarkan oleh produk mamypoko dapat mempermudah konsumen untuk membeli sesuai pendapat dan kebutuhannya, sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan pada produk mamypoko di Kota Pekanbaru.
4. Sesuai simultan Kualitas Produk, Varian Produk serta Harga mempunyai pengaruh signifikan pada pelanggan yang loyal untuk produk mamypoko di Kota Pekanbaru.
5. Nilai korelasi (R) yang didapatkan ialah senilai 0,737. Oleh karenanya bisa dibuat kesimpulan bahwasanya adanya kaitan yang kuat dalam variabel independen pada variabel dependent. Namun untuk nilai *Adjusted R Square* senilai 0,542. Hal ini memperlihatkan bahwasanya

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

variabel kualitas produk, varian produk serta harga dengan keseluruhannya memberi pengaruh senilai 54,2% pada loyalitas pelanggan. Namun untuk sisanya senilai 45,8% mendapat pengaruh dari variabel lainnya yang tidak diteliti pada penelitian yang dilakukan.

Saran

Sesuai dari hasil penelitian yang telah dilakukan, bahasan beserta simpulan yang didapat pada penelitian ini, oleh karenanya ada saran untuk melengkapi pada perusahaan dan penelitian selanjutnya ialah :

1. Untuk variabel kualitas produk yang memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sebaiknya Mamypoko sebaiknya semakin meningkatkan kualitas produk untuk produk yang sudah ada dikarenakan bayi sangat sensitif terhadap popoknya apabila produk tersebut tidak cocok akan menyebabkan ruam pada daerah tertentu, serta menciptakan produk terbaru yang memiliki kualitas produk yang lebih unggul lagi. Hal ini dilakukan agar konsumen tidak akan berpindah ke lain produk hanya karna kualitas produk yang menurun.
2. Untuk variabel varian produk yang memiliki pengaruh signifikan pada loyalitas pelanggan, sebaiknya mamypoko semakin meningkatkan jenis produk, ukuran dan harga yang bervariasi yang sekiranya produk lain tidak ada. Hal ini dilakukan agar konsumen semakin loyal terhadap produk mamypoko dikarenakan hanya dengan satu merek produk saja memiliki beragam jenis sesuai kebutuhannya.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Untuk variabel harga yang memiliki pengaruh yang signifikan pada loyalitas pelanggan. Mamypoko sudah maksimal dalam menetapkan harga dikarenakan karena kualitasnya yang bagus namun saat ini banyak sekali pesaing daripada mamypoko, maka daripada itu sebaiknya mamypoko lebih bervariasi lagi dalam menetapkan harga dipasaran sesuai pendapatan konsumen. Dikarenakan variabel harga ini sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan produk mamypoko kedepannya.
4. Bagi peneliti selanjutnya alangkah lebih baik jika memakai perbedaan teknik penelitiannya, atau dapat memakai variabel yang lainnya yang tidak terdapat pada penelitian ini. Oleh karenanya untuk kedepannya bisa memberi referensi yang makin baik lagi pada penelitian mendatang.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an

Ariyanti, T., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh Inovasi Produk Kemasan dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ice Cream AICE di Kota Padang. *Ecogen*, 270-279.

Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan*. Makassar: Global Research And Consulting Institute.

Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan)*. Deepublish

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate (Dengan Program am IBM SPSS 26)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hasan. 2013. *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. CAPS, Yogyakarta.

Ibrahim, M., & Tahwil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 175-182.

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.

Irawan, H. (2022). *Bagaimana Penilaian Bagi Merek Dalam Survei Top Brand*. Indonesia: Top Brand Award.

Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2012. *Principles Of Marketing, Global Edition, 14 Edition, Pearson Education*

Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2012. *Marketing Management 13*. New jersey: Person Prentice Hall, Inc.

Lestari, K. P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Daging Segar (Studi Kasus Pada Toko Best Meat Tebet Jakarta Selatan). *Karya Ilmiah*, 6-20.

Malau, H. (2016). *Manajemen Pemasaran (Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global)*. Bandung: Alfabeta.

Priansa, D. J. (2016). *Perilaku Konsumen (Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer)*. Bandung: Alfabeta.

Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV Pustaka Setia.

Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen (Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer)*. Bandung: Alfabeta.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Samarinda: Mulawarman University Press.

Ramadhoni, Z., & Purwanto, F. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Varian Produk, Harga, Endorser dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Ayam Geprek Benu Mojokerto. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9-20.

Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen (Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian)*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: Samudra Biru (Anggota IKAPI).

Setyanigrum, A., Jusuf, U., & Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Pengenal Plus Tren Terkini Tentang Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneurial Marketing dan E-Marketing)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta Bandung.

Tjiptono, F.2013. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: ANDI.

Tobing, O. H., & Budi, S. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Varian dan kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi (Survey Persepsi Mahasiswa IBIK Bogor). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 95-104.

Unicharm Official Shop di Aplikasi Shopee

www.topbrand-award.com

www.unicharm.co.id

www.sweetycare.com

www.softexindonesia.com

LAMPIRAN



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK, VARIAN PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK MAMYPOKO (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KOTA PEKANBARU)

Kepada Yth:

Bapak / Ibu / Saudara / i Responden

Di Tempat

Dengan hormat,

Saya Desya Serly Ananda mahasiswi jurusan Manajemen konsentrasi Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, yang saat ini sedang melakukan penelitian dalam rangka penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Varian Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Produk Mamypoko (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Pekanbaru)”.

Saya meminta kesediaan Bapak / Ibu / Saudara / I meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini murni untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan tidak untuk tujuan lain. Untuk itu saya berharap Bapak / Ibu / Saudara / i menjawab setiap pernyataan dengan apa adanya, dalam arti benar-benar sesuai dengan kondisi Bapak / Ibu / Saudara / i dan tanpa pengaruh orang lain. Semua informasi yang diberikan dijamin kerahasiaannya.

Saya sangat menghargai pengorbanan waktu dan sumbangan pemikiran Bapak / Ibu / Saudara / i untuk mengisi kuesioner ini. Atas partisipasi dan kerjasama Bapak / Ibu / Saudara / i saya mengucapkan Terima Kasih.

Hormat saya,

Desya Serly Ananda

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DATA RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
3. Usia :
4. Pekerjaan : Pelajar / Mahasiswa
 Ibu Rumah Tangga
 Pegawai Negeri / Swasta
 Wirausaha
 Lain-lain
5. Sudah berapa kali membeli produk Mamypoko ? 3 Kali
>3 Kali
6. Sudah berapa lama menggunakan Mamypoko? 1 Tahun

 ≥ 1 Tahun

PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah sejumlah pernyataan dengan teliti.
2. Skor yang diberikan tidak mengandung nilai jawaban benar atau salah melainkan menunjukkan kesesuaian penilaian Anda terhadap isi setiap pernyataan.
3. Berilah jawaban pada setiap pernyataan dengan memberikan tanda centang (\surd) pada kolom jawaban.
4. Pilihan jawaban yang tersedia adalah :
 1. Sangat Setuju (SS) bernilai 5

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- | | |
|------------------------------|------------|
| 2. Setuju (S) | bernilai 4 |
| 3. Netral (N) | bernilai 3 |
| 4. Tidak Setuju (TS) | bernilai 2 |
| 5. Sangat Tidak Setuju (STS) | bernilai 1 |

PERNYATAAN

Pilih jawaban yang paling Anda anggap sesuai, dengan memberikan tanda (√) pada kolom isian.

1. Kualitas Produk (X₁)

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Produk Mamypoko memiliki daya serap berjam-jam sehingga kulit bayi tetap kering sepanjang hari					
2	Produk Mamypoko terbuat dari bahan yang lembut sehingga tidak menimbulkan ruam pada kulit bayi					
3	Produk Mamypoko dapat digunakan pada saat kapanpun					
4	Sesuai dengan keterangan pada kemasan, Mamypoko memiliki daya serap hingga 10 jam					
5	Produk Mamypoko dikemas dengan kemasan yang sesuai standar sehingga lebih higienis					
6	Mamypoko menyediakan berbagai pilihan diapers yang					

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	dibutuhkan konsumen					
7	Mamypoko dikemas dengan kemasan yang sangat menarik dan mudah dibawa kemana saja					
8	Tidak ada keluhan selama saya menggunakan Mamypoko					

2. Varian Produk (X₂)

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Produk Mamypoko tersedia dengan berbagai macam ukuran mulai dari S, M, L, XL, XXL, dan XXL					
2	Produk Mamypoko dijual dengan harga yang bervariasi					
3	Produk Mamypoko ditampilkan dalam bentuk kemasan yang berbeda-beda di tiap jenis produknya					
4	Produk Mamypoko tersedia dimana-mana					

3. Harga (X₃)

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Produk Mamypoko dijual dengan harga yang terjangkau					
2	Harga yang ditawarkan Mamypoko sangat sesuai dengan kualitas yang diberikan					
3	Harga yang ditawarkan					

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	Mamypoko lebih murah dibandingkan produk yang lain					
4	Harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang didapatkan					
5	Harga yang ditawarkan sesuai dengan harapan saya					

4. Loyalitas Pelanggan (Y)

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Saya selalu membeli produk Mamypoko untuk anak saya					
2	Saya terbiasa menggunakan pampers Mamypoko untuk anak saya					
3	Saya sangat menyukai merek Mamypoko dan akan selalu menggunakan Mamypoko					
4	Saya akan merekomendasikan produk Mamypoko kepada konsumen lainnya					

TABULASI RESPONDEN

No	X 1								X 2				X 3				Y				
	1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5
3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3
4	4	3	4	3	5	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	4	3	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	2	3	3	3	3	3	3
7	4	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5
11	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3
12	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	3	3	3	5	4	4	4	4	4
13	4	5	5	4	4	3	4	3	4	4	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3
14	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4
15	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
16	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
17	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	4	3	4	3	4	4	3	4	5	4	4	3	3	4	3	4	3	2	5	3	3
19	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
20	4	4	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5
22	5	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	5	3	4	3	5	4	4	4	5	4
23	3	1	4	1	3	3	3	1	3	5	3	5	3	3	2	1	2	3	3	3	2
24	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	4
25	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
28	3	3	4	3	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	2	4	4	3	4	3	3
29	4	4	4	3	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	5	5	4	4
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	3	5	4	4	4	4	5
33	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5
34	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4	5	5	5	4	5	4	3	5	4	3
35	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5
36	5	4	4	3	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	3	5	3
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
39	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

81	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	3	5	3	4	5	5	5	5	5
82	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	3	4	5	4	5	4	5
83	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	5	2	4	5	4	4	4	5
84	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4
85	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5
86	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5
87	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	5	3	4	3	5	4	3	3	4	5
88	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	3	4	5	4	3	4	5
89	4	4	5	3	4	4	4	5	5	4	4	5	3	4	3	4	5	4	4	4	5
90	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	3	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5
91	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
92	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4
93	5	4	4	3	4	5	3	5	5	4	4	3	4	4	4	3	5	3	4	5	3
94	4	5	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
96	3	3	5	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
97	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5
98	5	4	4	5	3	4	4	5	4	5	4	5	2	4	2	5	4	4	3	3	4
99	4	4	3	2	4	5	4	5	5	4	4	4	3	5	2	4	5	4	3	4	5
100	4	4	3	3	4	5	4	4	5	4	4	5	3	4	3	5	5	5	5	4	5
101	4	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5
102	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	3	4	3	4	5	4	4	5	5
103	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	2	3	4	4	3	3	3
104	4	2	4	3	4	4	4	1	4	4	4	5	3	4	2	3	3	4	4	4	4
105	3	3	4	2	4	4	4	1	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
106	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
107	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	3	3	3	3	3	3	4	4	4
108	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	3	5	4	5	5	5	4	4	3
109	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5
110	5	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	5	3	4	3	5	4	4	4	5	4
111	3	1	4	1	3	3	3	1	3	5	3	5	3	3	2	1	2	5	5	5	5
112	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	4
113	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3
114	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4
115	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4
116	4	4	4	3	5	5	4	5	5	4	4	5	3	5	3	4	5	4	4	5	5
117	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	3	5	3	4	4	4	5
118	4	5	4	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	5	3	4	5	4	5	4	5

KARAKTERISTIK RESPONDEN

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perempuan	118	100.0	100.0	100.0

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-25	24	20.3	20.3	20.3
	26-30	43	36.4	36.4	56.8
	31-35	24	20.3	20.3	77.1
	36-40	12	10.2	10.2	87.3
	41-65	15	12.7	12.7	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ibu Rumah Tangga	98	83.1	83.1	83.1
	Pegawai Negeri/Swasta	11	9.3	9.3	92.4
	Wiraswasta	1	.8	.8	93.2
	Wirausaha	8	6.8	6.8	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Sudah Berapa Kali Membeli Produk Mamypoko?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> 3 kali	100	84.7	84.7	84.7
	3 kali	18	15.3	15.3	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Sudah Berapa Lama Menggunakan Produk Mamypoko?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> 1 tahun	83	70.3	70.3	70.3
	1 tahun	35	29.7	29.7	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hasil Deskriptif

X1 (Kualitas Produk)

Produk Mamypoko memiliki daya serap berjam-jam sehingga kulit bayi tetap kering sepanjang hari

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	2	1.7	1.7	1.7
	Netral	10	8.5	8.5	10.2
	Setuju	70	59.3	59.3	69.5
	Sangat setuju	36	30.5	30.5	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Produk Mamypoko terbuat dari bahan yang lembut sehingga tidak menimbulkan ruam pada kulit bayi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	3	2.5	2.5	2.5
	Tidak setuju	3	2.5	2.5	5.1
	Netral	18	15.3	15.3	20.3
	Setuju	49	41.5	41.5	61.9
	Sangat setuju	45	38.1	38.1	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Produk Mamypoko dapat digunakan pada saat kapanpun

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	1	.8	.8	.8
	Netral	10	8.5	8.5	9.3
	Setuju	66	55.9	55.9	65.3
	Sangat setuju	41	34.7	34.7	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sesuai dengan keterangan pada kemasan, Mamypoko memiliki daya serap hingga 10 jam

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	4	3.4	3.4	3.4
	Tidak setuju	4	3.4	3.4	6.8
	Netral	28	23.7	23.7	30.5
	Setuju	53	44.9	44.9	75.4
	Sangat setuju	29	24.6	24.6	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Produk Mamypoko dikemas dengan kemasan yang sesuai standar sehingga lebih higienis

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	1	.8	.8	.8
	Netral	9	7.6	7.6	8.5
	Setuju	70	59.3	59.3	67.8
	Sangat setuju	38	32.2	32.2	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Mamypoko menyediakan berbagai pilihan diapers yang dibutuhkan konsumen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	1	.8	.8	.8
	Netral	7	5.9	5.9	6.8
	Setuju	60	50.8	50.8	57.6
	Sangat setuju	50	42.4	42.4	100.0
	Total	118	100.0	100.0	



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Mamypoko dikemas dengan kemasan yang sangat menarik dan mudah dibawa kemana saja

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	1	.8	.8	.8
	Netral	12	10.2	10.2	11.0
	Setuju	73	61.9	61.9	72.9
	Sangat setuju	32	27.1	27.1	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Tidak ada keluhan selama saya menggunakan Mamypoko

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	7	5.9	5.9	5.9
	Tidak setuju	2	1.7	1.7	7.6
	Netral	9	7.6	7.6	15.3
	Setuju	55	46.6	46.6	61.9
	Sangat setuju	45	38.1	38.1	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

X₂ (Varian Produk)

Produk Mamypoko tersedia dengan berbagai macam ukuran mulai dari S, M, L, XL, XXL, dan XXL

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	1	.8	.8	.8
	Tidak setuju	1	.8	.8	1.7
	Netral	4	3.4	3.4	5.1
	Setuju	31	26.3	26.3	31.4
	Sangat setuju	81	68.6	68.6	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Produk Mamypoko dijual dengan harga yang bervariasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat tidak setuju	1	.8	.8	.8
Tidak setuju	1	.8	.8	1.7
Netral	8	6.8	6.8	8.5
Setuju	67	56.8	56.8	65.3
Sangat setuju	41	34.7	34.7	100.0
Total	118	100.0	100.0	

Produk Mamypoko ditampilkan dalam bentuk kemasan yang berbeda-beda ditiap jenis produknya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat tidak setuju	1	.8	.8	.8
Tidak setuju	1	.8	.8	1.7
Netral	8	6.8	6.8	8.5
Setuju	80	67.8	67.8	76.3
Sangat setuju	28	23.7	23.7	100.0
Total	118	100.0	100.0	

Produk Mamypoko tersedia dimana-mana

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat tidak setuju	1	.8	.8	.8
Tidak setuju	1	.8	.8	1.7
Netral	7	5.9	5.9	7.6
Setuju	32	27.1	27.1	34.7
Sangat setuju	77	65.3	65.3	100.0
Total	118	100.0	100.0	



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X3 (Harga)

Produk Mamypoko dijual dengan harga yang terjangkau

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat tidak setuju	1	.8	.8	.8
Tidak setuju	5	4.2	4.2	5.1
Netral	42	35.6	35.6	40.7
Setuju	37	31.4	31.4	72.0
Sangat setuju	33	28.0	28.0	100.0
Total	118	100.0	100.0	

Harga yang ditawarkan Mamypoko sangat sesuai dengan kualitas yang diberikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat tidak setuju	1	.8	.8	.8
Netral	17	14.4	14.4	15.3
Setuju	51	43.2	43.2	58.5
Sangat setuju	49	41.5	41.5	100.0
Total	118	100.0	100.0	

Harga yang ditawarkan Mamypoko lebih murah dibandingkan produk yang lain

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat tidak setuju	1	.8	.8	.8
Tidak setuju	16	13.6	13.6	14.4
Netral	54	45.8	45.8	60.2
Setuju	29	24.6	24.6	84.7
Sangat setuju	18	15.3	15.3	100.0
Total	118	100.0	100.0	



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang didapatkan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	3	2.5	2.5	2.5
	Netral	19	16.1	16.1	18.6
	Setuju	48	40.7	40.7	59.3
	Sangat setuju	48	40.7	40.7	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Harga yang ditawarkan sesuai dengan harapan saya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	1	.8	.8	.8
	Tidak setuju	3	2.5	2.5	3.4
	Netral	22	18.6	18.6	22.0
	Setuju	44	37.3	37.3	59.3
	Sangat setuju	48	40.7	40.7	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

(Loyalitas Pelanggan)

Saya selalu membeli produk Mamypoko untuk anak saya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	1	.8	.8	.8
	Tidak setuju	1	.8	.8	1.7
	Netral	21	17.8	17.8	19.5
	Setuju	60	50.8	50.8	70.3
	Sangat setuju	35	29.7	29.7	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Saya terbiasa menggunakan pampers Mamypoko untuk anak saya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	1	.8	.8	.8
	Netral	27	22.9	22.9	23.7
	Setuju	53	44.9	44.9	68.6
	Sangat setuju	37	31.4	31.4	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Saya sangat menyukai merek Mamypoko dan akan selalu menggunakan Mamypoko

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	1	.8	.8	.8
	Netral	22	18.6	18.6	19.5
	Setuju	48	40.7	40.7	60.2
	Sangat setuju	47	39.8	39.8	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Saya akan merekomendasikan produk Mamypoko kepada konsumen lainnya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	1	.8	.8	.8
	Tidak setuju	1	.8	.8	1.7
	Netral	21	17.8	17.8	19.5
	Setuju	41	34.7	34.7	54.2
	Sangat setuju	54	45.8	45.8	100.0
	Total	118	100.0	100.0	



Variabel X 1 (Kualitas Produk)

UJI VALIDITAS

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Kualitas Produk
X1.1	Pearson Correlation	1	.627**	.427**	.627**	.482**	.483**	.490**	.625**	.792**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118
X1.2	Pearson Correlation	.627**	1	.357**	.706**	.623**	.563**	.494**	.661**	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118
X1.3	Pearson Correlation	.427**	.357**	1	.472**	.402**	.350**	.423**	.312**	.598**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118
X1.4	Pearson Correlation	.627**	.706**	.472**	1	.564**	.435**	.543**	.591**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118
X1.5	Pearson Correlation	.482**	.623**	.402**	.564**	1	.549**	.580**	.413**	.745**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118
X1.6	Pearson Correlation	.483**	.563**	.350**	.435**	.549**	1	.432**	.512**	.703**
	Sig. (2-tailed)									
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diararang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, p
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diararang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, p
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118
X1.7	Pearson Correlation	.490**	.494**	.423**	.543**	.580**	.432**	1	.384**	.697**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118
X1.8	Pearson Correlation	.625**	.661**	.312**	.591**	.413**	.512**	.384**	1	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000		.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118
Kualitas Produk	Pearson Correlation	.792**	.853**	.598**	.837**	.745**	.703**	.697**	.780**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Variabel X 2 (Varian Produk)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diararang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, p
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diararang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	VarianProduk
X2.1	Pearson Correlation	1	.309**	.453**	.423**	.723**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.000
	N	118	118	118	118	118
X2.2	Pearson Correlation	.309**	1	.498**	.439**	.746**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.000
	N	118	118	118	118	118
X2.3	Pearson Correlation	.453**	.498**	1	.424**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	118	118	118	118	118
X2.4	Pearson Correlation	.423**	.439**	.424**	1	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	118	118	118	118	118
VarianProduk	Pearson Correlation	.723**	.746**	.775**	.770**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	118	118	118	118	118

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Variabel X 3 (Harga)

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diararang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, p
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diararang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Harga
X3.1	Pearson Correlation	1	.369**	.601**	.323**	.321**	.698**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	118	118	118	118	118	118
X3.2	Pearson Correlation	.369**	1	.341**	.639**	.630**	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	118	118	118	118	118	118
X3.3	Pearson Correlation	.601**	.341**	1	.520**	.444**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	118	118	118	118	118	118
X3.4	Pearson Correlation	.323**	.639**	.520**	1	.615**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	118	118	118	118	118	118
X3.5	Pearson Correlation	.321**	.630**	.444**	.615**	1	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	118	118	118	118	118	118
Harga	Pearson Correlation	.698**	.759**	.777**	.805**	.780**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	118	118	118	118	118	118

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Variabel Y (Loyalitas Pelanggan)

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	LoyalitasPelanggan
Y1.1	Pearson Correlation	1	.617**	.652**	.588**	.839**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	118	118	118	118	118
Y1.2	Pearson Correlation	.617**	1	.679**	.538**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	118	118	118	118	118
Y1.3	Pearson Correlation	.652**	.679**	1	.668**	.885**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	118	118	118	118	118
Y1.4	Pearson Correlation	.588**	.538**	.668**	1	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	118	118	118	118	118
LoyalitasPelanggan	Pearson Correlation	.839**	.834**	.885**	.831**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	118	118	118	118	118

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Diararang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, p
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Diararang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

UJI RELIABILITAS

Variabel X 1 (Kualitas Produk)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.888	8

Variabel X 2 (Varian Produk)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.745	4

Variabel X 3 (Harga)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.819	5

Variabel Y (Loyalitas Pelanggan)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.868	4

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

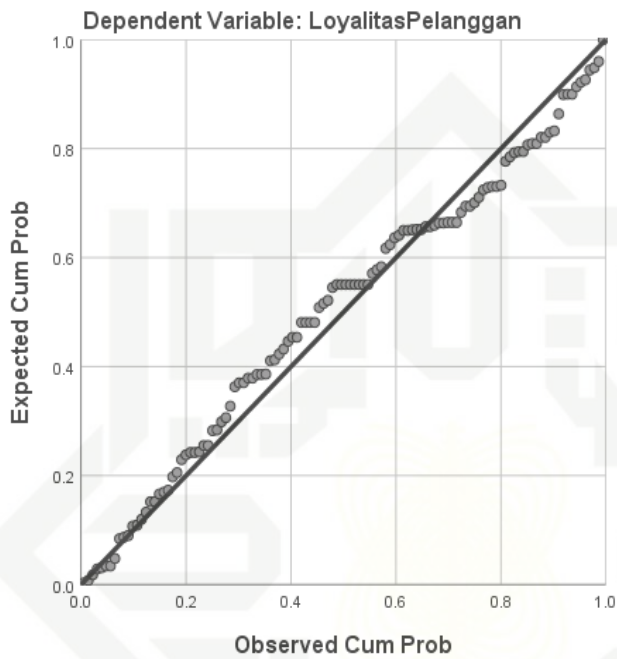
Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UJI ASUMSI KLASIK

Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

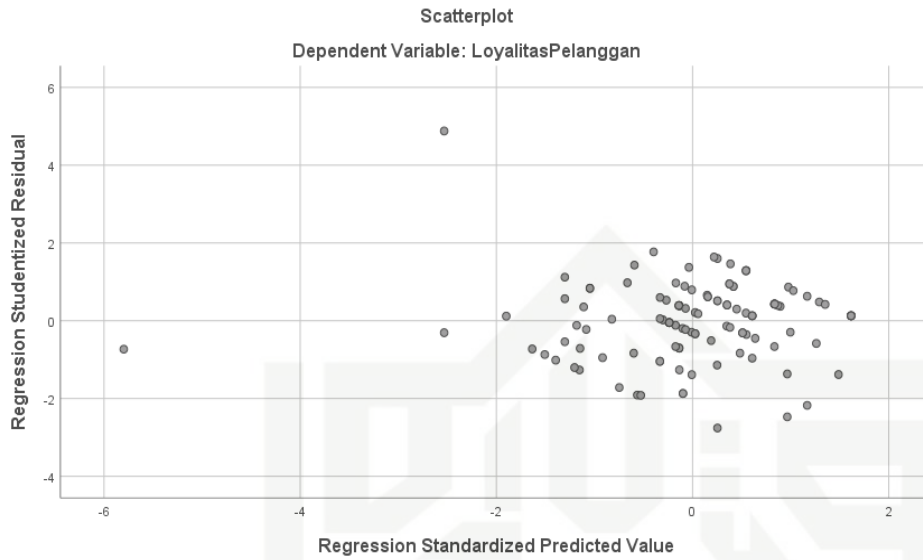
		Unstandardized Residual
N		118
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.82215440
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.071
	Negative	-.073
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.177 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UJI HETEROSKEDASTISITAS



UJI MULTIKOLONIERITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.377	1.493		.922	.358		
KualitasProduk	.127	.058	.225	2.173	.032	.373	2.679
VarianProduk	.262	.115	.200	2.281	.024	.522	1.915
Harga	.323	.079	.400	4.110	.000	.424	2.357

a. Dependent Variable: LoyalitasPelanggan

UJI AUTOKORELASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.737 ^a	.542	.530	1.84597	2.154

a. Predictors: (Constant), Harga, VarianProduk, KualitasProduk

b. Dependent Variable: LoyalitasPelanggan



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan harus menyebutkan sumber, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
(Constant)	1.377	1.493			.922	.358		
KualitasProduk	.127	.058	.225		2.173	.032	.373	2.679
VarianProduk	.262	.115	.200		2.281	.024	.522	1.915
Harga	.323	.079	.400		4.110	.000	.424	2.357

a. Dependent Variable: LoyalitasPelanggan

UJI HIPOTESIS

UJI T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
(Constant)	1.377	1.493			.922	.358		
KualitasProduk	.127	.058	.225		2.173	.032	.373	2.679
VarianProduk	.262	.115	.200		2.281	.024	.522	1.915
Harga	.323	.079	.400		4.110	.000	.424	2.357

a. Dependent Variable: LoyalitasPelanggan

UJI F ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	460.616	3	153.539	45.057	.000 ^b
Residual	388.469	114	3.408		
Total	849.085	117			

a. Dependent Variable: LoyalitasPelanggan

b. Predictors: (Constant), Harga, VarianProduk, KualitasProduk

UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.737 ^a	.542	.530	1.84597	2.154

a. Predictors: (Constant), Harga, VarianProduk, KualitasProduk

b. Dependent Variable: LoyalitasPelanggan



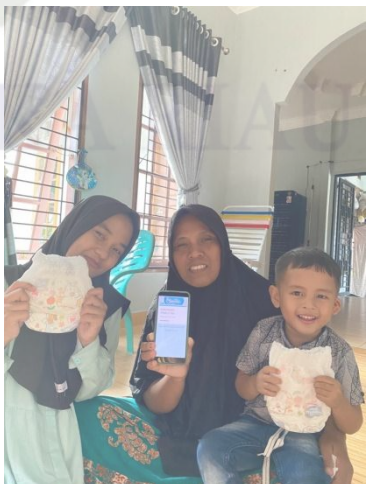
UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DOKUMENTASI

© Hak cipta milik UIN Suska Riau



Syariah Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau



State Islamic University of Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang



RIWAYAT PENULIS

Desya Serly Ananda, Lahir di Karya Indah pada tanggal 27 Januari 2001. Anak pertama dari Ayahanda Mardalis dan Ibunda Yuslimar. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara. Penulis mengawali pendidikan di SDN 37 Pekanbaru kelulusan Tahun 2013. Setelah lulus melanjutkan pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Islamic Centre Al-Hidayah Kampar kelulusan Tahun 2016 dan kemudian penulis melanjutkan pendidikan di SMK Taruna Pekanbaru dan selesai pada Tahun 2019.

Pada Tahun 2019, penulis melanjutkan Studi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial dan mengambil jurusan S1 Manajemen dengan Konsentrasi Manajemen Pemasaran. Pada hari Selasa tanggal 27 Juni 2023 peneliti melaksanakan Ujian Munaqasah di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial dan dinyatakan LULUS dengan judul Skripsi **“Pengaruh Kualitas Produk, Varian Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Mamypoko (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Pekanbaru)”**, dengan menyandang gelar Sarjana Ekonomi (SE).

UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.