

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan fondasi utama perekonomian Indonesia di era globalisasi dan persaingan pasar yang semakin ketat. UMKM tetap menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia, menyerap sekitar 97% angkatan kerja dan berkontribusi lebih dari 60% terhadap PDB, menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS, 2025). Fenomena ini menunjukkan bahwa UMKM merupakan alat penting untuk mengurangi kemiskinan dan ketimpangan antardaerah, selain menjadi motor utama pertumbuhan ekonomi, terutama di daerah pedesaan yang bergantung pada sektor primer dan sektor pengolahan konvensional.¹

Jill Griffin menjelaskan bahwa loyalitas pelanggan merupakan perilaku pembelian ulang yang dilakukan secara konsisten dari waktu ke waktu oleh satu atau lebih unit pengambilan keputusan.²

Khususnya di sektor industri makanan tradisional, UMKM menghadapi tantangan berupa perubahan preferensi konsumen yang semakin berorientasi pada kualitas, keberlanjutan, dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Laporan Kementerian Perindustrian (2022) mengungkapkan bahwa industri makanan olahan, termasuk produk berbasis kedelai seperti tahu, mengalami pertumbuhan tahunan hanya 4-5% akibat

¹ Badan Pusat Statistik, 'Ekonomi Indonesia Tahun 2025 Tumbuh 5,11 Persen', 2025

² Jill Griffin, *Customer Loyalty: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Edisi Terj (Jakarta: Erlangga, 2005).

dominasi produk impor dan industri besar yang lebih efisien dalam distribusi.³ Di sinilah loyalitas pelanggan muncul sebagai faktor kunci, di mana loyalitas bukan lagi sekadar transaksi, melainkan ikatan emosional yang dapat memperkuat daya saing melalui retensi pelanggan dan *word-of-mouth marketing*, sebagaimana dibahas dalam studi oleh Kotler dan Keller (2016) yang diadaptasi ke konteks Indonesia.

Loyalitas pelanggan menjadi kunci utama untuk bertahan di tengah persaingan ketat dari produk industri besar dan impor. Keunggulan berdaya saing *home industry* tahu, seperti bahan baku lokal berkualitas, proses produksi tradisional yang higienis, harga terjangkau, variasi rasa inovatif, serta pendekatan personal dalam pelayanan, sering kali menjadi pendorong loyalitas pelanggan. Hal ini berpengaruh signifikan pada keunggulan berdaya saing usaha tersebut.

Dalam konteks *home industry* tahu, keunggulan berdaya saing berarti kemampuan usaha tersebut untuk mempertahankan keberlanjutan dan keunggulannya di pasar yang sangat kompetitif. Keunggulan ini tidak hanya bisa dihasilkan melalui efisiensi biaya atau kualitas produk, tetapi juga melalui pengalaman positif bagi pelanggan. Loyalitas pelanggan yang kuat menghasilkan pembelian berulang dan memperkuat posisi usaha dalam persaingan pasar

Tabel 1. 1**Produk (barang) Unggulan Desa/Kelurahan di Kecamatan Kandat, 2025**

Desa/Kelurahan <i>Villages/Subdistrict</i>	Produk Unggulan <i>Featured Products</i>	
	Makanan <i>Food</i>	Non Makanan <i>Non Food</i>
Sumberjo	-	Plastik
Karangrejo	Kripik Jamur	Jaranan Kepang
Selosari	Bolu Kering	-
Kandat	Gula Merah	-
Cendono	Gula Merah	-
Ringinsari	Jamu Tradisional	-
Tegalan	-	-
Ngletih	Krupuk Uyel, Krupuk Krekel	-
Purworejo	Rengginang Dan Krupuk Uyel	-
Pule	Keripik Pisang	-
Blabak	Kue Bolen	Batu Bata
Ngreco	Tahu	Batu Bata

Sumber data : Badan Pusat Statistik Kabupaten Kediri, Kecamatan Kandat

Dalam Angka 2025⁴

Berdasarkan tabel 1.1 tersebut dapat dilihat perbedaan produk unggulan di seluruh desa yang berada di Kecamatan Kandat. Dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa Desa Ngreco memiliki identifikasi produk unggulan pada sektor makanan (*food*), yaitu Tahu. Penetapan ini mengindikasikan bahwa produksi tahu di Ngreco telah memiliki signifikasi ekonomi, didukung oleh potensi pasar yang stabil, serta mungkin memiliki kekhasan tertentu dalam proses produksi atau kualitas yang membedakannya dari produk sejenis di wilayah lain. Produk tahu desa Ngreco juga sudah berjalan puluhan tahun dan telah masuk berita Radar Kediri. Penetapan ini

⁴ Badan Pusat Kabupaten Kediri Statistik, 'Kecamatan Kandat Dalam Angka 2025', 2025. Badan Pusat Kabupaten Kediri Statistik.

merupakan pengakuan formal atas kontribusi tahu terhadap perputaran ekonomi dan mata pencaharian masyarakat Desa Ngreco.

Tabel 1. 2
Data Nama *Home Industry* di Desa Ngreco

No.	Nama Industri	Tahun Berdiri	Jumlah Pelanggan
1.	Pak Rusdani	1997	100
2.	Mas Edi	2004	20
3.	Pak Tamat	2000	20
4.	Mas Wahono	2001	20
5.	Bu Kartiyem	2020	25
6.	Pak Untung	2000	10
7.	Bu Eni	2015	20
8.	Pak Sukono	2000	45
9.	Pak Arif	2005	15
10.	Pak Rokhim	2012	20
11.	Bu Yati	2000	25
12.	Pak Boneng	2005	20
13.	Bu Saminah	2005	15
14.	Pak To	2000	20
15.	Pak Pur	1998	25
16.	Pak Fajar	2010	20
17.	Pak Wanto	2000	50
18.	Pak Ismani	2000	35
19.	Pak Pi'i	1998	20
20.	Pak Edi	2015	15
21.	Mas Purnomo	2005	25
22.	Pak Daryono	1997	20
23.	Pak Bud	2002	15
24.	Pak Arifin	2003	25
25.	Pak Tari Tahu	1998	70
26.	Pak Man	2000	30
27.	Bu Suminten	2000	10
28.	Pak Mujiono	1998	15
29.	Pak Jari	2000	30
30.	Pak Juwadi	2000	25
31.	Pak Yanto	2005	15

32.	Pak Koerom	2005	35
33.	Pak Suntoro	2005	25
34.	Bu Suparmi	2000	40
35.	Bu Mu'anah	2010	35
36.	Bu Mustikanah	2015	15
37.	Mas Endro	2010	20
38.	Bu Sumiati	2000	15
39.	Pak Eko	2001	20
40.	Bu Hariyati	1999	15
41.	Mas Rendi	2003	15
42.	Pak Kapri	2005	15
43.	Pak Ali	2005	15
44.	Mas Panji	2002	20
45.	Pak Gunawan	2005	15
46.	Pak Yakin	2010	15
47.	Pak Luqman	2005	20
48.	Pak Adi	2010	20
49.	Pak Darsono	1997	15
50.	Pak Jito	1998	40
51.	Pak Marsi	2000	20
52.	Bu Ita	2010	15
53.	Bu Tutik	2015	20
54.	Pak Agus	2003	15
55.	Pak Rowi	2010	15
56.	Pak Jiran	2011	15
57.	Pak Didin	2010	20
58.	Pak Jamin	1999	25
59.	Pak Ramidi	2000	20
60.	Pak Maskur	1996	30
Total Pelanggan			1.400

Sumber: Data Hasil Wawancara Desember 2025

Dari tabel 1.2 tersebut, dijelaskan bahwa ada 60 home industry di Desa Ngreco dan memiliki total pelanggan sekitar 1.400 orang. Data tersebut diperoleh dari perkiraan pemilik *home industry* tahu.

Mengerucut pada konteks lokal, *home industry* tahu di Dusun Bulur, Desa Ngreco, Kabupaten Kediri, Jawa Timur, mewakili salah satu contoh

UMKM tradisional yang bergantung pada rantai pasok lokal dan pasar komunitas. Wilayah ini, yang didominasi oleh pedagang tahu, menghasilkan tahu sebagai produk unggulan dengan volume produksi harian mencapai puluhan sampai ratusan kilogram, sebagaimana dilaporkan dalam studi kasus oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Kediri (2022).

Tabel 1. 3

Data Perbandingan Jumlah *Home Industry* Tahu di Desa Ngreco

No.	Nama Dusun	Jumlah <i>Home Industry</i>
1.	Bulur	54
2.	Sumbersoko	3
3.	Sumbernongko	3
4.	Ngreco	0
Total		60

Sumber: Data Hasil Observasi Januari 2026

Menurut tabel 1.3 tersebut, dijelaskan bahwa total *home industry* di Desa Ngreco ada 60 yang tersebar di 4 dusun ; yaitu Dusun Ngreco tidak, Dusun Summersoko 3, Dusun Sumbernongko 3, dan di Dusun Bulur ada 54 *home industry* terbanyak dibandingkan 3 kompetitornya. Maka dari itu peneliti memilih Dusun Bulur sebagai tempat penelitian.

Home Industry Tahu yang terletak di Dsn. Bulur Ds. Ngreco Kec. Kandat Kab. Kediri adalah salah satu usaha kecil yang fokus pada produksi tahu. Dengan berkembangnya pasar dan perubahan dalam pola konsumsi, usaha kecil seperti *home industry* tahu di daerah ini dihadapkan pada persaingan yang sangat ketat. Agar dapat bersaing, *home industry* tahu di Kandat harus merumuskan strategi pemasaran yang efektif, dan salah satu elemen penting dari strategi tersebut adalah loyalitas pelanggan.

Peneliti melakukan observasi terhadap 35 konsumen yang sudah menjadi pelanggan *home industry* tahu di Dusun Bulur, Desa Ngreco, Kecamatan Kandat, Kabupaten Kediri untuk memperoleh faktor yang memengaruhi keunggulan berdaya saing sebagai berikut:

Tabel 1. 4
Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keunggulan Berdaya Saing di
Home Industry Tahu Dusun Bulur

No	Faktor	Jumlah
1	Diferensiasi produk	8
2	Harga dan Posisi Pasar	5
3	Loyalitas Pelanggan	15
4	Inovasi dan R&D	3
5	Kekuatan Keuangan dan Sumber Daya	4
6	Jangkauan Pasar dan Distribusi	0
Total		35

Berdasarkan data pada tabel 1.4, hasil observasi yang melibatkan 35 responden, diketahui bahwa 8 responden mempertimbangkan diferensiasi produk, 5 responden memilih harga dan posisi pasar, 15 responden menilai loyalitas pelanggan sebagai faktor utama, 3 responden mempertimbangkan inovasi, 4 responden memilih kekuatan keuangan dan sumber daya, dan tidak ada responden yang memilih jangkauan pasar dan distribusi.

Selain melakukan pra-penelitian, peneliti turut mengumpulkan dan menelaah berbagai referensi yang relevan dengan kajian mengenai pengaruh loyalitas pelanggan terhadap keunggulan berdaya saing. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Wijaya (2021) dalam Jurnal Manajemen Usaha Kecil dan Menengah menunjukkan bahwa di daerah pedesaan Jawa Timur, UMKM

makanan tradisional hanya mempertahankan 40-50% pelanggan tetap akibat kurangnya interaksi emosional, program retensi, dan inovasi produk, yang berdampak langsung pada kemampuan berdaya saing mereka. Fenomena ini semakin parah pasca-pandemi, di mana akses pasar terbatas mempercepat migrasi konsumen ke alternatif yang lebih mudah diakses secara digital.⁵

Penelitian terdahulu menunjukkan temuan yang beragam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi daya saing. Zainuddin Tahuman melaporkan adanya korelasi yang searah dan nyata antara loyalitas konsumen dengan daya saing perusahaan. Sebaliknya, S. Wijaya menemukan hasil yang berbeda: loyalitas pelanggan tidak secara otomatis mendongkrak secara langsung terhadap daya saing (keunggulan bersaing) apabila perusahaan gagal melakukan inovasi produk secara berkelanjutan.

Sementara itu, Abdillah Wicaksono menggarisbawahi peran krusial dari kesetiaan pembeli, yang terbukti secara statistik mampu memperkuat strategi keunggulan bersaing perusahaan. Tetapi, ditemukan hasil berbeda oleh Dewi Kurniawati dan Budi Santoso mengungkapkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan loyalitas terhadap daya saing ($F=1.234$, $\text{sig}=0.278 > 0.05$). Faktor eksternal seperti regulasi lebih dominan. Perbedaan penemuan dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa adanya ketidakkonsistenan hasil mengenai hubungan antara loyalitas pelanggan dan daya saing. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lanjutan yang menelaah kembali pengaruh dua variabel tersebut secara simultan pada konteks industri tahu.

⁵ A Sari, D. P., & Wijaya, 'Pengaruh Keterikatan Pelanggan Terhadap Loyalitas UMKM Makanan Tradisional Di Jawa Timur', *Jurnal Manajemen Usaha Kecil Dan Menengah*, 15.2 (2021), 45–62.

Penelitian mengenai loyalitas pelanggan banyak dilakukan, namun sebagian besar hanya berfokus pada perusahaan. Selain itu, *Home Industry Tahu* di Dusun Bulur, Desa Ngreco, Kecamatan Kandat, Kabupaten Kediri merupakan usaha yang bergerak di bidang pangan tradisional yang menghadapi berbagai tantangan persaingan, baik dari produsen tahu sejenis maupun produk substitusi lainnya. Dalam kondisi tersebut, loyalitas pelanggan menjadi aspek yang penting untuk dipertahankan guna menjaga keberlangsungan usaha dan meningkatkan keunggulan bersaing. Namun, belum ada yang secara pasti mengetahui sejauh mana loyalitas pelanggan berpengaruh terhadap keunggulan daya saing pada usaha tersebut. Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Loyalitas Pelanggan terhadap Keunggulan Berdaya Saing (Studi pada *Home Industry Tahu* di Dsn. Bulur Ds. Ngreco Kec. Kandat Kab. Kediri)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, pertanyaan utama dalam studi ini diformulasikan sebagai berikut:

1. Bagaimana loyalitas pelanggan pada *home industry tahu* di Dsn. Bulur, Ds. Ngreco, Kec. Kandat, Kab. Kediri?
2. Bagaimana keunggulan berdaya saing pada *home industry tahu* di Dsn. Bulur, Ds. Ngreco, Kec. Kandat, Kab. Kediri?

3. Bagaimana pengaruh loyalitas pelanggan terhadap keunggulan berdaya saing pada *home industry* tahu di Dsn. Bulur Ds. Ngreco Kec. Kandat Kab. Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, maka sasaran pokok dari riset ini antara lain:

1. Untuk menganalisis loyalitas pelanggan pada *home industry* tahu di Dsn. Bulur, Ds. Ngreco, Kec. Kandat, Kab. Kediri
2. Untuk menganalisis keunggulan berdaya saing pada *home industry* tahu di Dsn. Bulur, Ds. Ngreco, Kec. Kandat, Kab. Kediri
3. Untuk menganalisis pengaruh loyalitas pelanggan terhadap keunggulan berdaya saing pada *home industry* tahu di Dsn. Bulur Ds. Ngreco Kec. Kandat Kab. Kediri

D. Manfaat Penelitian

Kontribusi yang diharapkan dari pelaksanaan studi ini meliputi beberapa aspek pokok di bawah ini:

1. Kegunaan Secara Teoritis

Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan teori loyalitas pelanggan dengan menghubungkannya secara spesifik pada keunggulan berdaya saing (*competitiveness*) dalam konteks usaha kecil menengah (UMKM), khususnya *home industry* tahu di daerah pedesaan. Hasil penelitian dapat memperkaya literatur manajemen pemasaran dan strategi bisnis dengan memberikan bukti empiris tentang bagaimana loyalitas pelanggan

mempengaruhi keunggulan berdaya saing, sehingga memperluas pemahaman konseptual di bidang ini, terutama dalam skala mikro seperti industri rumah tangga.

2. Kegunaan Secara Praktis

a. Bagi Pelaku Usaha

Luaran dari riset ini diestimasikan mampu menjadi panduan praktis untuk pemilik usaha pembuatan *home industry* tahu di Dsn. Bulur Ds. Ngreco Kec. Kandat Kab. Kediri untuk menaikkan loyalitas pelanggan melalui strategi seperti meningkatnya kualitas produk, layanan pelanggan, atau program loyalitas dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah yang pada akhirnya dapat memperkuat keunggulan berdaya saing mereka di pasar lokal dan regional, seperti menghadapi persaingan dari produk tahu modern atau impor.

b. Bagi Akademik

Studi ini memiliki potensi untuk dimanfaatkan sebagai sumber belajar atau rujukan literatur tambahan pada kurikulum perguruan tinggi, khususnya di jurusan manajemen, pemasaran, atau ekonomi syariah, untuk mengilustrasikan penerapan teori dalam studi kasus nyata, sehingga membantu mahasiswa dan dosen memahami dinamika bisnis UMKM di Indonesia.

c. Bagi Masyarakat

Manfaatnya meliputi peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal melalui penguatan *home industry* tahu, yang dapat menciptakan

lapangan kerja, meningkatkan pendapatan keluarga, dan mempromosikan produk makanan tradisional sehat, sehingga berkontribusi pada ketahanan pangan dan ekonomi daerah di Kabupaten Kediri.

d. Bagi Peneliti

Penelitian ini merasakan pengalaman praktis dalam metodologi penelitian kuantitatif pada studi kasus spesifik, serta data dasar yang dapat digunakan untuk penelitian lanjutan, seperti analisis komparatif dengan *home industry* lain atau evaluasi dampak jangka panjang terhadap daya saing UMKM pasca-COVID-19.

E. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian oleh Saripudin (2025) berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing.”

Studi kasus ini menguji bagaimana loyalitas pelanggan menjadi faktor kunci dalam menciptakan keunggulan bersaing (*competitive advantage*). Pengujian hipotesis menunjukkan hasil bahwa nama baik merek sangat menentukan kepuasan nasabah. Selain itu, nama baik merek ini juga turut mendorong loyalitas nasabah secara nyata. Di sisi lain, kualitas layanan memang terbukti mampu meningkatkan kepuasan nasabah, tetapi hal tersebut rupanya tidak secara langsung menjamin tingginya loyalitas. Selain itu, kepuasan nasabah berpengaruh signifikan

dalam membentuk loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah selanjutnya berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing perusahaan.⁶

Persamaan dari penelitian ini adalah menggunakan variabel loyalitas pelanggan dan keunggulan berdaya saing, sedangkan perbedaannya adalah produk yang diteliti disini adalah di Pegadaian.

2. Penelitian oleh Saripudin (2025) berjudul “Membina Loyalitas Pelanggan dan Analisis Pesaing.”

Hasil analisis menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan yang dipersonalisasi, layanan yang konsisten, inovasi produk, dan pemberian nilai tambah memiliki peran signifikan dalam memperkuat hubungan pelanggan dengan perusahaan. Selain itu, analisis pesaing, seperti evaluasi produk, strategi pemasaran, dan kekuatan keuangan pesaing, memungkinkan perusahaan memanfaatkan peluang pasar secara efektif. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan konsep loyalitas pelanggan dan analisis pesaing, serta manfaat praktis berupa strategi implementasi yang dapat meningkatkan daya saing perusahaan di pasar yang dinamis.⁷

Persamaan dari penelitian ini adalah menggunakan variabel loyalitas pelanggan dan daya saing, sedangkan perbedaannya mereka meneliti tentang perusahaan, bukan *home industry*.

3. Penelitian oleh Novella Hendik Pratama (2024) “Analisis Pengaruh Dimensi

⁶ Zainuddin Tahuman, ‘Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing’, *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, Vol 4 ,No. (2020), 445–60.

⁷ Saripudin, ‘Membina Loyalitas Pelanggan Dan Analisis Pesaing’, 2.2 (2025), 82–93.

Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Java Green Harvest”

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa keandalan (*reliable*), jaminan (*assurance*), bukti fisik (*tangibles*), empati, dan daya tanggap (*responsiveness*) semuanya berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Keberhasilan PT. Java Green Harvest dalam mempertahankan kualitas layanan terbukti meningkatkan loyalitas pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang yang menguntungkan bagi perusahaan.⁸

Persamaan dari penelitian ini adalah menggunakan variabel loyalitas pelanggan, sedangkan perbedaannya mereka menggunakan variabel loyalitas pelanggan sebagai variabel Y (terikat).

4. Penelitian oleh S. Wijaya (2021) “Pengaruh *Customer Loyalty* terhadap *Competitive Advantage* melalui *Customer Satisfaction*”

Hasil penelitian ini ditemukan bahwa loyalitas pelanggan tidak memiliki pengaruh signifikan secara langsung terhadap daya saing (keunggulan bersaing) jika perusahaan tidak mampu melakukan inovasi produk secara berkelanjutan. Loyalitas saja dianggap hanya menjaga pangsa pasar yang ada, namun tidak otomatis meningkatkan daya saing untuk ekspansi pasar baru.⁹

Persamaan dari penelitian ini adalah menggunakan variabel loyalitas pelanggan dan keunggulan berdaya saing, sedangkan bedanya penelitian

⁸ Novella Hendik Pratama, ‘Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. JAVA GREEN HARVEST’, *Repository Universitas Brawijaya*, 2024, 29–30.

⁹ Sari, D. P., & Wijaya.

saya tidak menggunakan *customer satisfaction*.

5. Penelitian oleh Sri Mulyani dan Fauziah Eddyona (2025) “Loyalitas Pelanggan Sebagai Pendorong Keunggulan Kompetitif: Analisis CRM Di Perusahaan Perjalanan Jakarta”

Hasil penelitian menunjukkan bahwa CRM memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan keunggulan kompetitif. Lebih lanjut, loyalitas pelanggan memediasi hubungan antara CRM dan keunggulan kompetitif, menyoroti perannya sebagai aset strategis yang sulit ditiru oleh pesaing. Secara teoritis, studi ini memperkaya literatur manajemen pemasaran dengan mengkonfirmasi fungsi mediasi loyalitas dalam kerangka CRM. Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi bagi para pengelola perjalanan untuk merancang strategi CRM yang melampaui efisiensi transaksional, dengan fokus pada penciptaan pengalaman yang bermakna untuk meningkatkan loyalitas dan posisi kompetitif di era pariwisata digital.¹⁰

Persamaan dari penelitian ini adalah meneliti faktor loyalitas dan keunggulan bersaing, sedangkan perbedaannya adalah tempat yang diteliti tempat pariwisata di Jakarta.

F. Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono, hipotesis adalah solusi sementara terhadap suatu topik penelitian. Ia menyoroti bahwa meskipun tanggapan-tanggapan terkini

¹⁰ Sri Mulyani dan Fauziah Eddyona, ‘LOYALITAS PELANGGAN SEBAGAI PENDORONG KEUNGGULAN KOMPETITIF: ANALISIS CRM DI PERUSAHAAN PERJALANAN JAKARTA’, *J-TRUE: JURNAL PERJALANAN DAN REKREASI*, 02.02 (2025).

didasarkan pada gagasan-gagasan yang relevan, klaim-klaim tersebut belum didukung oleh data empiris. Berikut ini adalah hipotesis penelitian::

H_0 : Tidak terdapat pengaruh loyalitas pelanggan terhadap keunggulan berdaya saing *Home Industry* Tahu di Dsn. Bulur Ds. Ngreco Kec. Kandat Kab. Kediri.

H_a : Terdapat pengaruh loyalitas pelanggan terhadap keunggulan berdaya saing *Home Industry* Tahu di Dsn. Bulur Ds. Ngreco Kec. Kandat Kab. Kediri.