PENGARUH HARGA, KELENGKAPAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA "DAN CELLULAR" WARUJAYENG

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

pada Program Studi Manajemen

OLEH :

ANA FITRIANA

NPM: 11.1.02.02.0107

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2015

Skripsi Oleh:

ANA FITRIANA

NPM: 11.1.02.02.0107

Judul:

PENGARUH HARGA, KELENGKAPAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA "DAN CELLULAR" WARUJAYENG

Telah Disetujui untuk diajukan Kepada

Panitia Ujian/Sidang Skripsi Jurusan Manajemen

FE UNP Kediri

Tanggal :

Pembimbing I	Pembimbing II
Drs. Ec. Icsanuddin, M.M.	**Lilia Pasca Riani, SE, M.Sc**
NIDN : 07.23105703	**NIDN. 0718048502**

ii

Skripsi oleh:

ANA FITRIANA

NPM: 11.1.02.02.0107

Judul:

PENGARUH HARGA, KELENGKAPAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA "DAN CELLULAR" WARUJAYENG

Telah Dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Jurusan Manajemen FE UNP Kediri
Pada Tanggal:

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Drs. Ec. Icsanuddin, M.M. .....
2. Penguji I : Dr. H. Samari, S.E., M.M. .....
3. Penguji II : Lilia Pasca Riani, S.E, M.Sc. .....

Mengetahui
Dekan FE

Dr. Subagyo, M.M

iii

PENGARUH HARGA, KELENGKAPAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA "DAN CELLULAR" WARUJAYENG

Ana Fitriana
11.1.02.02.0107
Ekonomi – Manajemen
Drs. EC. Icsanuddin, M.M. dan Lilia Pasca Riani, S.E, M.Sc.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui harga mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada "Dan Cellular"Warujayeng Nganjuk. (2) Untuk mengetahui kelengkapan produk mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada "Dan Cellular"Warujayeng Nganjuk. (3) Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada "Dan Cellular"Warujayeng Nganjuk. (4) Untuk mengetahui harga, Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada "Dan Cellular" Warujayeng Nganjuk.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode pengambilan sampel jenuh. Dimana seluruh jumlah populasi dijadikan sampel yakni 40 responden. Kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan analisis data secara kuantitatif dan kualitatif. Analisis kuantitatif, menggunakan analisis linear berganda. Analisis kualitatif merupakan interpretasi dari data-data yang diperoleh dalam penelitian serta hasil pengolahan data yang sudah dilakukan dengan memberikan keterangan dan penjelasan.

Hasil analisis data menyimpulkan bahwa Harga, Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap Loyalitas Pelanggan pada "Dan Cellular"Warujayeng Nganjuk.

Kata Kunci

Harga, Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan

1. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan yang semakin ketat dan semakin berkembangnya ekspektasi pelanggan mendorong perusahaan untuk lebih memfokuskan pada upaya untuk mempertahankan pelanggan yang ada. Mempertahankan pasar yang ada melalui pengembangan loyalitas pelanggan merupakan tujuan strategik perusahaan untuk mempertahankan bisnis.Untuk menarik minat konsumen membeli produk yang ditawarkan makadibutuhkan adanya harga yang yang terjangkau, harga yang kompetitif dibandingkan harga yang ditawarkan pesaing.

Harga merupakan salah satu bagian yang dipertimbangkan konsumen maka harga harus seolah-olah lebih rendah dibanding yang dirasakan yang kompetitif akan mempengaruhi konsumen untuk memilih produk tersebut dibandingkan produk yang ada di pasaran lainnya. Sedangkan kualitas produk adalah manfaat yang dirasakan oleh konsumen setelah mengkonsumsi produk tersebut. Apabila suatu perusahaan akan mengeluarkan produk maka sebaiknya harus disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan begitu maka produk tersebut dapat bersaing di pasaran, sehingga menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan produk sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan di pasaran.

Hal ini juga berlaku pada Counter Dan celluler yang bergerak pada bidang jasa. Produk harus berkualitas melebi hipotensi karena kondisi persaingan antar bidang usaha counter jugasemakin ketat untuk itu diperlukan strategi penggunaaan marketing mix khususnya pada faktor harga, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan. Hal ini didasari agar bisa dapat bertahan atau bahkan memenangkan persaingan antar counter Handphone yang semakin banyak pesaingnya.

Harga yang di tetapkan Dan Cellular Warujayeng ssangatlah terjangkau bagi konsumen.dengan harga yang terjangkau perusahaan yakin akan bisa menarik para konsumen untuk membeli pada Dan Cellular.Karena faktor harga merupakan faktor yang dianggap paling menarik bagi konsumen

dalam menentukan keputusan untuk membeli suatu produk. Penetapan harga yang tepat dapat mempengaruhi jumlah produk yang mampu dijual perusahaan. Dalam sebagian besar kasus, biasanya permintaan dan harga berbanding terbalik, yakni semakin tinggi harga, semakin rendah permintaan terhadap produk. Dari sinilah mengapa faktor harga perlu diperhatikan oleh Dan Cellular. Di daerah Warujayeng counter Dan Celluler sudah tidak diragukan lagi untuk harga yang di kenal lebih miring atau terjangkau oleh konsumen.

Konsumen kini memiliki tuntutan nilai yang jauh lebih besar dan beragam karena dihadapkan pada berbagai pilihan berupa barang maupun jasa yang dapat mereka beli. Dalamhal ini penjual harus dapat memberikan kualitas produk yang baik. Begitu pula dengankelengkapan produk yang ditawarkan (*variety*) juga sangat mempengaruhi minat belikomsumen.Konsumen cenderung memilih tempat yangmenawarkan produk yang bervariasi dan lengkap menyangkut kedalaman, luas, dan kualitaskeragaman barang yang ditawarkan oleh penjual. Ketersediaan barang Dan Cellular meliputi variasi merk yang banyak, tipe, aksesoris Handphone. Bagi Dan Cellular kelengkapan produk merupakan faktor yang penting untuk menarik konsumen.

Dan Celluler menyediakan produk lengkap dan aksesori-aksesoris, berbeda dengan counter lainya yang hanya menjual Handphon dan kartu perdana. Masyarakat juga mempercayai bahwa counter Dan Celluler tidak mengecewakan konsumen yang datang. Barang yang di jual oleh Dan Celluler selalu terbaru dan lengkap. Sehingga pelanggan loyal dalam melakukan pembelian di Dan Celluler. Dan Celluler menjual berbagai macam produk mulai dari berbagai merk Handphone, kartu perdana, Batrai Handphone, charge, modem, aksesoris Handphone dll. Konsumen lebih senang melakukan pembelian di Dan Celluler karena dianggap lebih lengkap dan harganya lebih terjangkau daripada Counter lainya.

Kualitas layanan yang baik akan menciptakan pelanggan yang loyal. Sehingga kualitas layanan

yang baik dapat mempengaruhi intensitas kunjungan pelanggan pada kesempatan berikutnya pada badan usaha yang bersangkutan. Kualitas layanan adalah permulaan dari kepuasan pelanggan. Pelanggan dalam menentukan kualitas layanan tidak hanya berdasarkan pada hasil dari suatu layanan tersebut tetapi juga memperhatikan proses pemberian layanan tersebut. Hal ini berarti bahwa kualitas layanan sangat dipengaruhi oleh persepsi pelanggan, oleh karena itu perusahaan harus berusaha untuk memberikan layanan yang terbaik agar dapat memenuhi atau bahkan mampu melampaui kebutuhan pelanggan agar tercapai kepuasan. Counter Dan Celluler lebih mengutamakan kualitas pelayanan. Ukuran kualitas pelayanan di Dan Celluler antara lain keandalan, empati, daya tangkap. Sehingga tampaknya konsumen akan merasa senang, puas hingga loyal dan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Pelayanan yang di berikan Dan Celluler di harapkan dapat memuaskan konsumen sehingga meningkatkan penjualan. Karyawan yang ramah dan sopan menjadi hal yang di utamakan untuk bekerja di Dan Celluler.

Dan Celluler juga sudah menggukan sistem komputer untuk semua pencatatan. Lokasi Dan Celluler juga strategis dekat dengan keramain dan mudah di jangkau. Untuk setiap pembelian Handphone Dan Celluler selalu memberikan musik dan game gratis. Tata ruang yang modern, nyaman dan menarik sehingga konsumen loyal untuk melakukan pembelian kembali. Di daerah Warujayeng Dan Celluler sudah mempunya 3 cabang. Lokasi Dan Celluler satu dengan lainnya jaraknya tidak jauh. Dan Celluler juga membuka cabang di kecamatan lain. Karena konsumen Loyal Counter Dan Celluler mempunyai banyak Cabang. Dari latar belakang diatas peneliti dapat mengambil judul yakni :

"Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan DAN Cellular Warujayeng Nganjuk ".

B. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang masalah dan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian itu adalah untuk menganalisis :

1. Untuk mengetahui harga mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada "Dan Celular" Warujayeng Nganjuk?
2. Untuk mengetahui kelengkapan produk mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada "Dan Celular" Warujayeng Nganjuk?
3. Untuk mengetahui kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada "Dan Celular" Warujayeng Nganjuk?
4. Untuk mengetahui harga, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada "Dan Celular" Warujayeng Nganjuk

2. METODE PENELITIAN

A. Definisi Operasional Variabel

Beberapa variabel yang termasuk dalam penelitian ini antara lain :

1. Harga (X_1)

Menurut Swastha (2008:241) harga adalah :Jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanan. Harga barang kali adalah unsur program pemasaran yang paling mudah disesuaikan ciri-ciri produk saluran bahkan promosi membutuhkan lebih banyak waktu. Harga juga mengkomunikasikan posisi nilai yang dimaksudkan perusahaan tersebut tentang produk atau mereknya.

Adapun Indikator-indikator yang digunakanadalah :

a) Potongan Harga
b) Keterjangkauan Harga
c) Kesesuaian Harga

2. Kelengkapan Produk (X_2)

Hafidzi (2013:18) mengutip Kotler (2002:448) produk diartikan :Segala sesuatu yang dapat ditawarkan kesuatu pasar untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan. Konsumen akan melihat suatu produk berdasarka pada karakteristik atau ciri, atau atribut produk dari produk tersebut.

Hafidzi mengutip Gilbert (2013:19) dapat disimpulkan bahwa produk adalah keseluruhan dari penawaran yang dilakukan secara normal oleh perusahaa kepada konsumen dalam memberikan layanan, letak toko dan nama barang dagangannya.

Adapun Indikator – indikator yang digunakan adalah :

a) Keragaman Produk yang di jual
b) Variasi Produk yang di jual
c) Macam merk yang tersedia

3. Kualitas Pelayanan (X_3)

Menurut Kotler (1996:578) mengutip Laksana (2008:85) pelayanan diartikan :

Setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Sedangkan Kualitas adalah tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untukmemenuhi kebutuhan konsumen.

Adapun Indikator – indikator yang digunakan adalah :

a) *Realibility* (keandalan)
b) *Responssiveness* (ketanggapan)
c) *Assurance* (jaminan dan kepastian)
d) *Empathy* (empati)

4. Loyalitas Pelanggan (Y)

Pelanggan yang loyal dalam Bob Foster (2008:172) adalah pelanggan yang bersedia melakukan melakukan pembelian ulang (*repeat purchase*) dari produsen yang sama, mungkin atau mungkin juga tidak melakukan pembelian untuk semua lini produk, melakukan *word* of mounth yang positif terhadap perusahaan kepada pembelian potensial dan kebal terhadap bujukan dari pesaing.

Adapun Indikator – indikator yang digunakan adalah :

a) Pembelian Ulang
b) Merekomendasikan Kepada Pihak Lain
c) Tidak Niat Pindah

B. Teknik dan Pendekatan Penelitian

1. Teknik Penelitian

Teknik penelitian ini berupa penelitian *survey*, yaitu teknik penelitian dengan cara mengumpulkan informasi dari responden dengan menggunakan kuesioner. Dalam hal ini untuk

mengetahui pengaruh Harga (X1), kelengkapan Produk (X2), kualitas pelayanan (X3) terhadap Loyalitas pelanggan Dan Celluler Warujayeng (Y)

2. Pendekatan Penelitian

Terhubung dengan permasalahan yang telah dikemukakan, maka dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan serta menyajikan data yang dinyatakan dalam bentuk angka dan analisis dengan menggunakan statistik (Sugiyono, 2012:11).

C. Tempat dan Waktu penelitian

1. Tempat Penelitian

Tempat penelitian merupakan lokasi yang dijadikan obyek penelitian yaitu pada Dan Celluler yang beralamatkan di Warujayeng Tanjunganom dan melakukan penelitian pada pelanggan yang sudah menggunakan produk danjasa ini

2. Waktu Penelitian

Untuk memperoleh data-data yang akurat dan aktual penelitian ini dilakukan mulai Juli 2015.

D. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2012: 81). Senada dengan pendapat tersebut, Margono (2010:121) mengemukakan bahwa sampel adalah sebagai bagian dari populasi, sebagai contoh yang diambil dengan menggunakan cara-cara tertentu. Berdasarkan para pendapat ahli, dapat ditarik kesimpulan bahwa sampel adalah sebagian bagian dari populasi yang diambil.

Rescoe (dalamSugiyono, 2011:130) bila dalam penelitian akan melakuka nanalisis dengan korelasi atau regresi berganda, maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali variabel yang diteliti, dalam penelitian ini ada 4 variabel (bebas dan terikat), maka jumlah anggota sampel 10x4 = 40 pelanggan.

E.Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda.

Berikut ini adalah uji asumsi klasik yang harus dipenuhi oleh model regresi :

a). Uji Normalitas

Tujuan dilakukannya uji ini adalah untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi normal atau mendekati normal. Data distribusi normal dapat dilihat dari penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik dari pengambilan keputusan. Jika data menyebar disekitar garis diagonal atau mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi normalitas. Begitu pula sebaliknya jika data yang menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi normalitas.

b). Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol (Ghozali, 2011: 91). Multikolonieritas dideteksi dengan menggunakan nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena VIF=1/*tolerance*) dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Nilai *cutoff* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF dibawah 10 (Ghozali, 2011: 92).

c). Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual

pengamatan ke pengamatan yang lain. Salah satu cara untuk mendekati heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik *scatter plot* antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Jika ada titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar, kemudian menyempit maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011: 105)

2.Analisa Regresi Linier Berganda

Analisis regrsi linier berganda digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama mempengaruhi variabel terikat.

$$Y = b1X1 + b2X2 + b3X3 + e$$

Dimana :

Y = Loyalitas Pelanggan

b1 = Koefisien regresi kualitas pelayanan

b2 = Koefisien regresi harga

b3 = Koefisien regresi Lokasi

X1 = Harga

X2 = Kelengkapan Produk

X3 = Kualitas Pelayanan

e = error

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisa regresi dimana hal yang ditunjukan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2)) antara 0 (nol) dan I (satu). Koefsien determinasi ((R^2)) nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, Selain itu koefisien determinasi (R^2) dipergunakan untuk mengetahui prosentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X).

4. Uji Hipotesis

1). Uji t –test

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu

variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Hipotesis nol (H0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter sama dengan nol, atau H0 : = 0 yang artinya adalah apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya, parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau H0 : ≠ 0 yang artinya adalah variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05 ditentukan sebagai berikut:

a) Jika tingkat signifikansi t hitung > 0,05 atau t hitung < t tabel, maka H0 diterima.
b) Jika tingkat signifikansi t hitung < 0,05 atau t hitung > t tabel, maka H0 ditolak.

2). Uji F – Test (Anova[a])

Uji Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersamasama terhadap variabel terikat. Hipotesis nol (H0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol atau H0 : = =……= = 0 yang artinya adalah apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya **,** tidak semua parameter simultan sama dengan nol, atau H0 : ≠ ≠……≠ ≠ 0 yang artinya adalah semua variabel independen secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian :

a) Jika tingkat signifikansi F > 0,05 atau F hitung < F tabel, maka H0 diterima.

b) Jika tingkat signifikansi F < 0,05 atau F hitung > F tabel, maka H0 ditolak.

.

3. HASIL DAN KESIMPULAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

Dan Celular berdiri diwilayah Warujayeng Tanjunganom pada tanggal 22 Maret 2010 oleh Bapak Ridan. Dan Celular ini berlokasi di wilayah yang sangat strategis dan mudah dijangkau, tepatnya berada di Jln, A.yani no 164. Toko ini menyediakan beranekaragam merek handphone serta jenis handphone baik baru maupun bekas, Perlengkapan Handphone dan Aksesoris Handphone.

Dan Celular memiliki 15 karyawan yang terdiri dari 2 kasir 1 kepala toko, 1 teknisi dan 12 pramuniaga.

B. Karakteristik Responden

Kuisioner yang disebarkan sebanyak 40 eksemplar. Karakteristik responden yang menjadi subjek dalam penelitian ini terdiri dari jenis kelamin, usia, dan pendidikan.

C. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

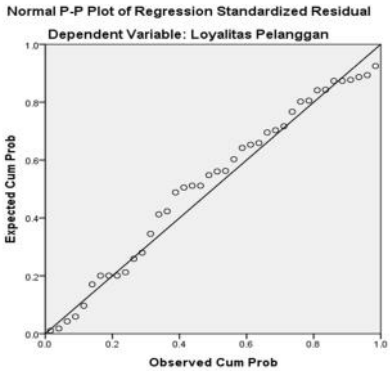
Dapat diketahui bahwa nilai dari hasil uji r hitung > r tabel, dan berdasrkan nilai sig. 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dalam kuisioner adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Dapat diketahui nilai *alpha cronbach* untuk semangat harga adalah 0,619, kelengkapan produk 0,697, kualitas pelayanan 0,364, dan loyalitas pelanggan 0,616. Hal ini berarti bahwa pertanyaan untuk seluruh item pertanyaan adalah baik bagi variabel harga, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan.

D. Uji Asumsi klasik

1. Uji Normalitas

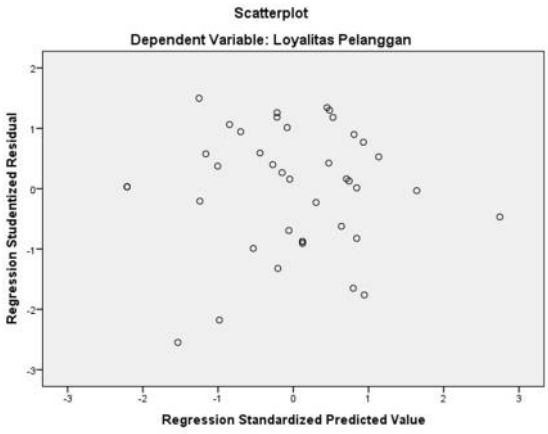


2. Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa dalam produk regresi tidak terjadi multikolinearitas atau korelasi yang sempurna antara variabel-variabel bebas, yaitu karena harga, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan VIF lebih kecil

dari 10 dan nilai Tolerance lebih besar dari 0,1.

3. Uji Heteroskedastisitas



E. Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil analisis data dari tabel, maka dapat dibuat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = a + b1\ X_1 + b2\ X_2 + b3\ X_3}$$

$$\mathbf{= 3{,}804 + 0{,}386\ X_1 + 0{,}252\ X_2 + 0{,}163\ X_3}$$

F. Uji Hipotesis

1. Uji t-Test

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas secara parsial atau individual terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan alat bantu berupa SPSS versi 21 dengan ketentuan sebagai berikut :

1) Jika $t \leq 0{,}05$ dan $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Hal ini berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).
2) Jika $t \geq 0{,}05$ dan $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif ditolak. Hal ini berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

2. Uji F- Test

Uji F menunjukkan apakah semua variabel independent yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependent. Untuk menarik kesimpulan ada tidaknya pengaruh variabel independent (X) secara simultan terhadap variabel dependent (Y) adalah dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut :

1) Jika signifikansi $F < 0{,}05$ dan $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Hal ini

berarti, secara simultan ada pengaruh yang signifikan antara variabel independent (X) terhadap variabel dependent (Y).

2) Jika signifikansi F > 0,05 dan $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan hipotesis alternatif ditolak. Hal ini berarti, secara simultan tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independent (X) terhadap variabel dependent (Y).

H. Kesimpulan

Analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini sebanyak empat hipotesis. Kesimpulan dari keempat hipotesis tersebut adalah sebagai berikut:

1. Ada pengaruh signifikanantaraHargaterhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini berarti, jika harga meningkat maka akan terjadi peningkatan pada Loyalitas Pelanggan.
2. Ada pengaruh signifikanantaraKelengkapan produkterhadapLoyalitas Pelanggan. Hal ini berarti, jika Kelengkapan Produk meningkat maka akan terjadi peningkatan pada Loyalitas Pelanggan.
3. Ada pengaruh signifikan antara Kualitas PelayananterhadapLoyalitas Pelanggan. Hal ini berarti, jika Kualitas Pelayanan meningkat maka akan terjadi peningkatan pada Loyalitas Pelanggan.
4. Ada pengaruh signifikan antara Harga, Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini berarti, jika Harga, Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan meningkat maka akan terjadi peningkatan pada Loyalitas Pelanggan

4. DAFTAR PUSTAKA

Foster, Bop. 2008. *Menejemen Ritel.* Bandung : Alfabeta

Fure, Hendra.2013. *Kualitas Pelayanan, Lokasi, Keberagaman produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Skripsi. Dipublikasikan. Semarang:Undip

Garvin, David dan Laksana, Fajar. 2008. *Menejemen Pemasaran.Cetakan Pertama*, Yogyakarta : Graha Ilmu

Germen dan Laksana, Fajar. 2008. *Menejemen Pemasaran.* Yogyakarta : Graha Ilmu

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisismultivariate dengan*

program SPSS. Semarang : Universitas Diponegoro

Gitosudarmo, Indriyo. 2012. *Menejemen Pemasaran*. Yogyakarta : UGM Yogyakarta

Hafidzi, Alreza Anam. 2013. *Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.* Eprients.Undip.ac.id : 21-05-2015

Iksan, 2012. *Analisis Harga dan Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.* Skripsi. Dipublikasikan. Yogyakarta:UNY

Iswayanti, 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk,Kualitas Layanan, Harga dan Tempat terhadap Loyalitas Pelanggan*. Skripsi. Dipublikasikan.Semarang:Undip

Kariyono, dan Kotler. 2013. *Menejemen Pemasaran* 2. Jakarta : Bumi Aksara

Laksana, Fajar. 2008. *Menejemen Pemasaran.* Yogyakarta : Graha Ilmu

Margono, 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta : Rineka Cipta

Sugiyono, 2012.*MetodePenelitianKuantitaifKualitatifdan R & D.* Bandung :Alfabeta

Sugiyono. 2011. *MetodePenelitianKuantitaifKualitatifdan R & D.* Bandung :Alfabeta

Swatha, Basu dan Irawan. 2008. *Menejemen Pemasaran Modern.* Yogyakarta : UGM Yogyakarta