ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KERAGAMAN PRODUK, DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN HD MARKET PRAMBON NGANJUK TAHUN 2015

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri

Oleh :

DIANA IRAWATI

NPM : 11.1.02.02.0145

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2015

Skripsi oleh :

DIANA IRAWATI
NPM :11.1.02.02.0145

Judul :

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KERAGAMAN PRODUK DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN HD MARKET PRAMBON NGANJUK TAHUN 2015

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian / Sidang Skripsi Jurusan Manajemen
FE UNP Kediri

Tanggal : 05 Januari 2016

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Subagyo, M.M.	**Ismayantika Dyah P, S.E.,M.B.A**
NIDN. 0717066601	

ii

Skripsi oleh :

DIANA IRAWATI
NPM :11.1.02.02.0145

Judul :

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN HD MARKET PRAMBON NGANJUK TAHUN 2015

Telah dipertahankan didepan Panitia Ujian / Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen FE UNP Kediri
Pada Tanggal: 05 Januari 2016

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

PanitiaPenguji:

1. Ketua : Dr. Subagyo , M.M
2. Penguji I : Drs. Ec. Ichsanuddin ,M.M
3. Penguji II : Ismayantika Dyah P.S.E.,M.B.A

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Subagyo, M.M.
NIDN. 0717066601

iii

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KERAGAMAN PRODUK, DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN HD MARKET PRAMBON NGANJUK TAHUN 2015

DIANA IRAWATI

NPM: 11.1.02.02.0145

Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen

Dr. Subagyo, M.M. dan Ismayantika Dyah P. S.E.,M.B.A

Universitas Nusantara PGRI Kediri

ABSTRAK

DIANA IRAWATI : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan HD Market Prambon Nganjuk. Skripsi, Manajemen, FE UNP Kediri, 2015.

Kata Kunci :Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan.

Dari hasil pengamatan dan pengalaman peneliti, bahwa kualitas pelayanan, keragaman produk dan kepuasan memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut Nampak sekali terlihat dari sikap dan perilaku pelanggan dalam memilih tempat untuk berbelanja. Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain adalah kualitas pelayanan yang memuaskan, tingkat kepuasan yang sesuai harapan, serta ragam produk yang ditawarkan dengan harga yang cukup terjangkau.

Permasalahan penelitian ini adalah : Apakah kualitas pelayanan, keragaman produk dan kualitas baik secara individu maupun secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan HD Market Prambon?

Penelitian ini dilakukan di HD Market Prambon, yang terletak di Jalan Raya Tanjung Tani Prambon Nganjuk. Penelitian ini menggunakan metode penelitian langsung yaitu dengan cara kuesioner dan wawancara dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian diambil sebanyak 96 orang responden dari jumlah responden yang tidak dapat diketahui. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah : Uji asumsi klasik, Uji regresi linier berganda dan Uji hipotesis.

Kesimpulan hasil penelitian ini adalah secara parsial maupun secara simultan variable kualitas pelayanan, keragaman produk dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan HD Market Prambon Nganjuk dengan arah hubungan positif atau memiliki sifat hubungan searah. Dengan adanya penelitian ini diharapkan, HD Market Prambon bisa terus melakukan dan meningkatkan inovasi terhadap perusahaannya. Seperti meningkatkan kualitas pelayanan, keragaman produk, dan kepuasan sehingga dapat tercipta loyalitas pelanggan HD Market Prambon itu sendiri.

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sekarang ini banyak sekali bermunculan perusahaan dagang yang bergerak pada bidang perdagangan eceran (*retailing*) yang berbentuk toko, mini market, toserba (*departement store*), pasar swalayan (*supermarket*) dan lain-lain. Bagi suatu perusahaan untuk menerapkan strategi pemasaran terdapat faktor-faktor penentu kesuksesan dalam menciptakan kesetiaan pada pelanggan adalah kepuasan terhadap kualitas yang diberikan (Tjipjoyo, 2008;24). Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan. Dimana untuk menarik pelanggan, diperlukan kualitas pelayanan yang baik, sehingga dapat menimbulkan kepuasan dari konsumen. Apabila konsumen merasa nilai yang dirasakan lebih tinggi dari pada yang diharapkan maka konsumen akan merasa puas dan cenderung akan loyal (Kotler dan Amstrong, 2001;9). Kotler dan Keller (2007:177), mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (2007:177).

A. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi permasalahan pada penelitian ini, sebagai berikut:

1. Melihat persaingan bisnis retailing, toserba, supermarket yang sangat ketat, maka perusahaan harus selektif dalam memilih strategi yang mengambil keputusan memilih swalayan untuk memenuhi kebutuhannya, dan inilah yang perlu dianalisis oleh para
2. digunakan dalam meningkatkan keragaman produk dan kepuasan pelanggan.
3. Pelanggan mempunyai faktor yang dipertimbangkan dalam

pengusaha ritel, toserba, supermarket.

4. Kualitas pelayanan, harus diperhatikan misalnya dengan menunjukkan keramahan, kesopanan, daya tanggap karyawan dalam melayani pelanggan serta penampilan yang menarik.
5. Kualitas pelayanan, keragaman produk dan kepuasan menjadi faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan HD Market Prambon.

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, maka dapat dikemukakan batasan masalah sebagai berikut :

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dibatasi pada kualitas pelayanan, keragaman produk dan kepuasan pelanggan.
2. Analisis dilakukan terhadap pelanggan HD Market Prambon .

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah dijelaskan di atas, maka yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada HD Market Prambon?
2. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada HD Market Prambon?
3. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada HD Market Prambon?
4. Apakah secara simultan berpengaruh kualitas pelayanan, keragaman dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan HD Market Prambon?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada HD Market.
2. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap loyalitas pelanggan pada HD Market.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada HD Market.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, keragaman produk dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada HD Market.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

1. Manfaat Teoritis

a. Menambah ilmu dan wawasan penulis, serta sebagai sarana untuk mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama kuliah.

b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi dan pengayaan bagi pengembangan pengetahuan khususnya manajemen pemasaran.

2. Manfaat Praktis

a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada perusahaan tentang pengaruh kualitas pelayanan, keragaman produk dan kepuasan yang mempengaruhi loyalitas pelanggan di HD Market Prambon.

b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi konstribusi yang positif sebagai panduan atau rekomendasi bagi praktisi manajemen yang menjalankan bisnisnya untuk memahami karakteristik

pelanggan kepada perusahaan yang diteliti.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS

A. Loyalitas

a. Pengertian Pelanggan

Menurut Nugroho (2005:11) loyalitas pelanggan adalah "sebagai suatu ukuran kesetiaan dari pelanggan dalam menggunakan suatu merek produk atau merek jasa.

b. Indikator Loyalitas Pelanggan

Menurut Griffin (2002:44), indikator loyalitas pelanggan sebagai berikut:

1) Melakukan pembelian ulang secara teratur
2) Mereferensikan toko pada orang lain
3) Membeli diluar lini produk atau jasa
4) Menunjukkan kekebalan daya tarik pesaing

B. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian

Pengertian kualitas pelayanan menurut Lupiyoadi (2006:105) adalah,"sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik".

b. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Zeithml (2006:116-119), indikator dari kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

1) Reabilitas, 2) Daya tanggap, 3) Jaminan, 4) Empati, 6) Bukti fisik

C. Keragaman Produk

a. Pengertian Keragaman Produk

Menurut Kotler dan Amstrong (2010:253) bahwa keragaman produk adalah, kelengkapan produk mulai dari merek, ukuran , dan kualitas di toko.

b. Indikator Keragaman Produk

1) Merek, 2) Kualitas, 3) cirri, 4) Pemberian label, 5) Kelengkapan produk

D. Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan

Menurut Kotler dan Keller (2007:177) kepuasan pelanggan adalah "perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan".

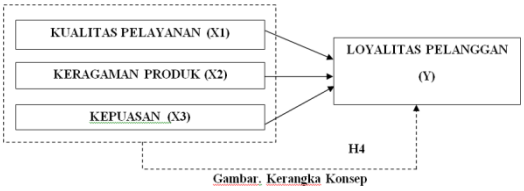
b. Indikator Kepuasan Pelanggan

1) Kualitas Produk, 2) Kualitas Pelayanan, 3) Emosional, 4) Harga, 5) Biaya

E. Penelitian Terdahulu

1. Prasetyo (2007) dalam penelitiannya yang bejudul" Pengaruh keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan swalayan "Assgros Sartika" Gemolong di Kab.Sragen".
2. Nurhikmah (2006) dalam penelitiannya yang bejudul" Analisa hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada Giant Hyper Mall Bekasi".
3. Yusandy (2010) dalam penelitiannya yang bejudul" Analisis hubungan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus pada Indomart Cabang Gedangan Sidoarjo".

F. Kerangka Konsep



Gambar. Kerangka Konsep

G. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka hipotesis yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

H1: Diduga ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di HD Market Prambon.

H2: Diduga ada pengaruh yang signifikan antara keragaman produk

terhadap loyalitas pelanggan di HD Market Prambon.

H3: Diduga ada pengaruh yang signifikan antara kepuasan terhadap loyalitas pelanggan di HD Market Prambon.

H4: Diduga ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan, keragaman produk dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di HD Market Prambon.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel Penelitian

1. **Bebas (Variabel Independen)**

   Dalam penelitian ini yang berkedudukan sebagai variabel bebas yang berfungsi sebagai variabel pengaruh adalah **"Kualitas Pelayanan, keragaman produk dan kepuasan pelanggan".**

2. **Variabel Terikat (Variabel Dependen)**

   Dalam penelitian ini yang berkedudukan sebagai variabel terikat adalah **"Loyalitas Pelanggan".**

B. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian digunakan adalah observasional , yaitu penelitian analitik korelasi sebab akibat (pengaruh persepsi kualitas pelayanan , keragaman produk dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan HD Market Prambon Nganjuk.

C. Tempat dan Waktu Penelitian

1. **Tempat Penelitian**

   Tempat penelitian dilakukan pada masyarakat yang berada atau bertempat tinggal di Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk

2. **Waktu penelitian**

   Waktu penelitian dilakukan pada bulan Juli-Oktober 2015

D. Populasi dan Sampel

1. **Populasi**

   Populasi dalam penelitian ini adalah warga Prambon dan sekitar yang menjadi pelanggan HD Market Prambon Nganjuk.

2. **Sampel**

   Metode pengambilan sampel dilakukan dengan cara ***simple random sampling*** yaitu pengambilan anggota sampel populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 96 orang.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian berbentuk kuesioner (angket).

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner
2. Studi kepustakaan

G. Pengujian Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2011:455), validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat – tingkat kevalidan atau kesaktihan suatu istrumen.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2011:48) , reabilitas adalah bila suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena isntrumen tersebut sudah baik.

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Untuk menguji apakah distribusi variabel pengganggu atau residual normal ataukah tidak, maka dapat dilakukan analisis grafik atau dengan melihat normal probability plot yang menbandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dan distribusi normal (Ghozali,2005)

b. Uji Multikolonieritas

Bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas.

c. Uji Heterokedastisitas

Untuk heteroskedastisitas digunakan *Glefser Rule of Thumb* dimana apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti terjadi heteroskedastisitas atau sebaliknya (Ghozali, 2005:104).

d. Uji Autokorelasi

Merupakan korelasi antar urutan waktu (antar data) dalam regresi tidak boleh terjadi autokorelasi.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi bergandanya adalah:

$$\mathbf{Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e}$$

Dimana :

Y	: loyalitas pelanggan
a	: Konstanta
b_1, b_2, b_3	: Koefisien regresi
X_1	: Kualitas Pelayanan
X_2	: keragaman produk

X_3 : kepuasan pelanggan
e : *Standard error*

3. Uji Hipotesis

a. Uji F (Uji Simultan)

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Imam Ghozali, 2005).

b. Uji t (Uji Parsial)

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial atau individual terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah HD Market

pada tanggal 28 februari 2004 didirikanlah sebuah toko yang diberi nama HD Market oleh Hj. Safi'i Huda. Sejalan dengan pengembangan operasional toko, HD Market tertarik untuk lebih mendalami dan memahami berbagai kebutuhan dan perilaku konsumen dalam berbelanja. Di HD Market juga menyediakan harga produk sangat terjangkau bahkan di kenal lebih murah dari swalayan lainnya.

Tabel 4.8

Hasil Pengujian Reliabilitas

No.	Variabel	Nomor Item	Nilai r alpha hitung	Keterangan
1.	Kualitas Pelayanan (X_1)	6	0,666	Reliabel
2.	Keragaman Produk (X_2)	6	0,622	Reliabel
3.	Kepuasan Pelanggan(X_3)	6	0,647	Reliabel
4.	Loyalitas Pelanggan (Y)	6	0,672	Reliabel

Sumber : data primer yang diolah, 2015

B. Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien *Korelasi Pearson Product Moment* dengan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.7
Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Nomor Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
Kualitas Pelayanan (X_1)	1	0,551	0,201	Valid
	2	0,386	0,201	Valid
	3	0,313	0,201	Valid
	4	0,519	0,201	Valid
	5	0,450	0,201	Valid
	6	0,679	0,201	Valid
Keragaman Produk (X_2)	1	0,626	0,201	Valid
	2	0,529	0,201	Valid
	3	0,660	0,201	Valid
	4	0,507	0,201	Valid
	5	0,579	0,201	Valid
	6	0,630	0,201	Valid
Kepuasan Pelanggan (X_3)	1	0,408	0,201	Valid
	2	0,503	0,201	Valid
	3	0,423	0,201	Valid
	4	0,491	0,201	Valid
	5	0,455	0,201	Valid
	6	0,495	0,201	Valid
Loyalitas Pelanggan (Y)	1	0,483	0,201	Valid
	2	0,463	0,201	Valid
	3	0,490	0,201	Valid
	4	0,440	0,201	Valid
	5	0,571	0,201	Valid
	6	0,509	0,201	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2015

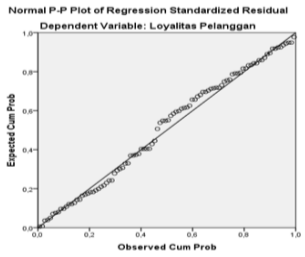
Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa nilai rhitng dari semua item lebih besar dari rtabel. Hal ini berarti item yang ada daam variabel sudah valid.

b. Uji Reliabilitas

Dari tabel 4.3 di atas, diketahui bahwa masing – masing variabel (kualitas pelayanan , keragaman produk, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan) memiliki nilai r alpha hitng (Cronch's Alpha) lebih besar daripada r alpha tabel. Dengan demikian hasil uji reliabilitas semua variabel reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas



Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas
Sumber: data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan hasil analisis data pada Gambar 4.1 di atas, maka dapat diketahui bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka produk regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolonieritas

Tabel 4.9
Uji Multikolinearitas
Coefficients[a]

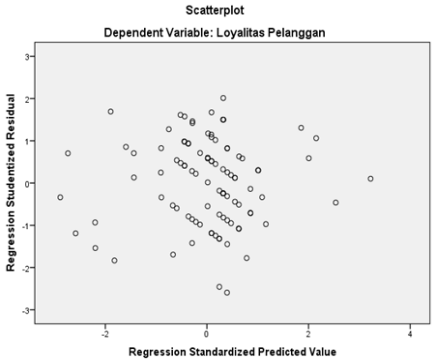
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	,610	1,640
	Keragaman Produk	,667	1,499
	Kepuasan Pelanggan	,770	1,299

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan
Sumber :, 2015

Dari tabel 4.9 di atas, diketahi bahwa dalam produk regresi tidak terjadi multikolinearitas atau korelasi yang sempurna antara variabel – variabel bebas, karena nilai kualitas pelayanan, keragaman produk dan kepuasan pelanggan VIF < 10 dan nilai Tolerance > 0,1. Dari hasil uji multikolinearitas hasil resonden

diatas bisa dilanjutkan ke analisis regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4.2
Uji Heteroskedastisitas
Sumber: data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan Gambar 4.2 di atas dapat diketahui bahwa titik – titik menyebar secara acak serta tersebar di atas maupun di bawah 0, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi.

d. Uji Autokolerasi

Tabel 4.10
Uji autokorelasi
Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,654[a]	,427	,408	1,78327	2,166

a. Predictors: (Constant), Kepuasan, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan
b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan
Sumber: data primer yang diolah, 2015

Tabel 4.14
Hasil Uji F
ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	218,174	3	72,725	22,869	,000[b]
	Residual	292,566	92	3,180		
	Total	510,740	95			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan
b. Predictors: (Constant), Kepuasan, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan
Sumber: data primer yang diolah, 2015

b. Uji t (Uji Parsial)

Berdasarkan tabel 4.10 dapat dilihat bahwa Uji DW sebesar 2,166. Nilai tersebut berada antara nilai 1,55 sampai dengan 2,46. Dengan demikian model regresi tersebut sudah bebas dari masalah autokorelasi.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4.11
Hasil Regresi Berganda
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,765	2,437		1,955	,054
	Kualitas Pelayanan	,349	,105	,337	3,331	,001
	Keragaman Produk	,232	,084	,266	2,753	,007
	Kepuasan	,229	,103	,201	2,236	,028

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan
Sumber: data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan perhitungan diatas, maka dapat dikonotasikan dengan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 4,765 + 0,349X1 + 0,232X2 + 0,229X3$$

4. Uji Hipotesis Penelitian

a. Uji F (Uji Simultan)

Berdasarkan perhitungan diatas diketahui bahwa F hitung sebesar 22,869 > Ftabel (α/;92) sebesar 2,704 atau nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05 yang artinya H0 ditolak dan Ha diterima.

Tabel 4.13
Hasil Uji t
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,765	2,437		1,955	,054
	Kualitas Pelayanan	,349	,105	,337	3,331	,001
	Keragaman Produk	,232	,084	,266	2,753	,007
	Kepuasan	,229	,103	,201	2,236	,028

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: data primer yang diolah, 2015

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Ada pengaruh dari hasil yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di HD Market Prambon.
2. Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara keragaman produk terhadap loyalitas pelanggan di HD Market Prambon.
3. Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kepuasan terhadap loyalitas pelanggan HD Market Prambon.
4. Ada pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan, keragaman produk, dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan di HD Market Prambon.

B. Implikasi

Pelanggan memperhatikan setiap informasi yang telah didapatkan saat berbelanja dimana pelanggan merasa lokasi yang ditawarkan mudah dijangkau, merasa produk yang ditawarkan beragam dan merasa cocok dengan harga yang terjangkau. Dengan begitu pelanggan merasa puas dan akan melakukan pembelian ulang atau pelanggan akan loyal.

C. Saran

Adapun saran yang dapat peneliti berikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan (HD Market Prambon)

Diharapkan dengan adanya penelitian ini, HD Market Prambon terus melakukan dan meningkatkan inovasi terhadap perusahaannya.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terhadap faktor-faktor selain kualitas pelayanan, keragaman produk dan kepuasan yang berpengaruh pada loyalitas pelanggan pada HD Market Prambon.

D. Daftar Pustaka

Arikunto, S. 2002. *Prosedur penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. PT. Rineka Cipta : Jakarta.

Arikunto, S. 2006. *Prosedur penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi revisi VI. PT. Rineka Cipta: Jakarta.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid I, Erlangga : Jakarta.

Griffin, Jill. 2002. *Customer Loyalty*. Erlangga : Jakarta.

Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jilid 1, Penertbit PT. Prenhalindo : Jakarta.