PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA RISKI TAMA SWALAYAN NGADILUWIH KEDIRI

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi S.E.

Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Nusantara PGRI Kediri

OLEH :

USWATUN KASANAH

NPM : 11.1.02.02.0287

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2016

Skripsi oleh :

USWATUN KASANAH

NPM : 11.1.02.02.0287

Judul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA RISKI TAMA SWALAYAN NGADILUWIH KEDIRI

Telah disetujui untuk Diajukan kepada Panitia Ujian / Sidang Skripsi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UNP Kediri

Tanggal : 1 Oktober 2015

Skripsi oleh :

USWATUN KASANAH

NPM .11.1.02.02.0287

Judul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA RISKI TAMA SWALAYAN NGADILUWIH KEDIRI

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi UNP Kediri

pada tanggal : 26 Desember 2015

dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

	Nama	ttd
1. Ketua	: Dr. H. Samari, S.E.,M.M.	
2. Penguji I	: Dr. Sri Aliami	
3. Penguji II	: Amat Pintu Batu, S.E.,M.M.	

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi,

UNIVERSITAS NUSANTARA FAKULTAS EKONOMI PGRI KEDIRI

Dr. Subagyo

NIDN. 0717066601

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA RISKI TAMA SWALAYAN NGADILUWIH KEDIRI

Uswatun Kasanah
11.1.02.02.0287
Ekonomi - Manajemen
Uswha.khasa@gmail.com
Dr. H.Samari, S.E.,M.M. dan Amat Pintu Batu S.E, M.M
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi banyaknya perusahaan dagang yang bergerak pada bidang perdagangan eceran yang berbentuk toko, minimarket, toserba, pasar swalayan dan lain-lain. Persaingan bisnis yang dihadapi perusahaan-perusahaan semakin ketat, sehingga menuntut manajemen perusahaan untuk lebih cermat dalam menentukan setrategi bersaing agar dapat memenangkan persaingan.

Permasalahan penelitian ini adalah (1) Adakah pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Riski Tama Swalayan Ngadiluwih Kediri? (2) Adakah pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada Riski Tama Swalayan Ngadiluwih Kediri? (3) Adakah pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan pada Riski Tama Swalayan Ngadiluwih Kediri? (4) Adakah pengaruh kualitas produk, layanan, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan pada Riski Tama Swalayan Ngadiluwih Kediri?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi adalah warga Ngadiluwih Kediri dengan jumlah sampel 100 orang. Penelitian dilakukan dengan menggunakan instrument penelitian yakni berupa angket (kuesioner) dan check list. Tehnis analisis data yang digunakan yaitu analisi deskriptif dan analisis kuantitatif.

Kesimpulan hasil penelitian ini adalah (1) Kualitas produk secara parsial nerpengaruh signifkan terhadap loyalitas pelanggan pada Riski Tama Swalayan Ngadiluwih Kediri. (2) Kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Riski Tama Swalayan Ngadiluwih Kediri. (3) Citra merek secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Riski Tama Swalayan Ngadiluwih Kediri. (4) Kualitas produk, kualitas layanan, dan citra merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Riski Tama Swalayan Ngadiluwih Kediri.

Berdasarkan simpulan hasil penelitian ini, direkomendasikan : Faktor kualitas produk , kualitas layanan, dan citra merek terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Riski Tama Swalayan Ngadiluwih Kediri, maka kepada Riski Tama Swalayan harus bisa mempertahankan hal tersebut bahkan kalau bisa ditingkatkan lagi menjadi lebih baik dari sebelumnya. Kata kunci : kualitas produk, kualitas layanan, citra merek, loyalitas pelanggan.

Kata kunci : kualitas produk, kualitas layanan, citra merek, loyalitas pelanggan.

I. LATAR BELAKANG

Dewasa ini banyak bermunculan perusahaan dagang yang bergerak pada bidang perdagangan eceran *(retailing)* yang berbentuk toko, mini market, *department store* (toserba), pasar swalayan *(supermarket)* dan lain-lain. Persaingan bisnis yang dihadapi perusahaan-perusahaan semakin ketat, sehingga menuntut manajemen perusahaan untuk lebih cermat dalam menentukan strategi bersaing, agar dapat memenangkan persaingan. Untuk itu, perusahaan sebaiknya memanfaatkan peluang-peluang bisnis dan berusaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka untuk mengusai pasar.

Bagi perusahaan, faktor-faktor penentu kesuksesan dalam menciptakan kesetiaan pada pelanggan adalah kepuasan terhadap kualitas yang diberikan (Tjiptono, 2008:24). Dengan demikian, kualitas produk yang baik akan menciptakan, mempertahankan kepuasan serta menjadikan pelanggan yang loyal. Ciri-ciri pelanggan yang loyal antara lain yang selalu melakukan pembelian ulang secara terus menerus. Loyalitas pelanggan secara umum dapat diartikan sebagai kesetiaan seseorang terhadap suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu. Loyalitas pelanggan merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan pelanggan dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan pihak perusahaan, serta tetap menjadi pelanggan dari perusahaan tersebut. Loyalitas adalah bukti pelanggan yang selalu menjadi pelanggan yang memiliki kekuatan dan sikap positif atas perusahaan itu.

Lovelock dalam Theresia (2004:24), menjelaskan bahwa tingkat kesetiaan para pelanggan terhadap suatu barang atau jasa tertentu tergantung pada beberapa faktor. Loyalitas pelanggan terjadi hanya pada saat patronase ulangan dan sikap relatif tinggi. Jika relatif rendah, maka dianggap sebagai loyalitas pelanggan yang semu *(spunous loyality)*. Pelanggan dalam kondisi seperti ini sangat mungkin melakukan pembelian ulang hanya karena faktor-faktor situsional saja, nilai keterbatasan dana dan waktu. Sedangkan sikap yang tinggi tetapi tidak diikuti dengan patronase ulangan yang tinggi dianggap sebagai loyalitas pelanggan yang bersifat latent (latent loyalitas pelanggan). Namun, loyal atau tidak pelanggan terhadap suatu produk perusahaan sangat tergantung pada kemampuan manajemen perusahaan dalam mengelola faktor-faktor yang mempengaruhi kesetiaan pelanggan.

Selain itu pengusaha harus tahu tentang citra merek yang mana citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. Konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu

merek, akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian.

Penguasaan pasar merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilaksanakan oleh para penguasa dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, berkembang dan mendapatkan laba semaksimal mungkin serta membuat konsumen menjadi loyal. Hal tersebut bisa tercapai bila konsumen merasa puas akan kinerja produk yang ditawarkan oleh pengusaha. Menurut Hardiwan dan Mahdi (2005) kualitas produk yang baik akan menciptakan, mempertahankan kepuasan serta menjadikan konsumen yang loyal.

Selain memperhatikan kualitas produk perusahaan yang bergerak dibidang retail harus juga berupaya untuk memberikan pelayanan yang baik, sebab pelayanan yang berkualitas merupakan salah satu cara untuk menarik dan mempertahankan konsumen (Lupiyadi, 2006:105). Pelayanan harus diperhatikan, karena dalam memilih suatu produk atau jasa konsumen harus berupaya untuk memaksimalkan nilai yang dirasakan. Apabila konsumen merasa nilai yang dirasakan tinggi dari pada cenderung akan loyal (Kotler dan Amstrong, 2001:9). Persaingan bisnis ritel sekarang ini sangat tinggi sehingga tidak jarang bisa ditemui dalam satu lokasi terdapat 3 atau 4 supermaket, kompetisi dalam bisnis ritelpun berubah, karena secara tiba-tiba bermunculan pesaing-pesaing baru, karena itulah pola konsumen pun ikut berubah dan harapan konsumen sangat tinggi, konsumen mengharapkan barang yang baik dengan harga relatif murah, pelayanan yang prima serta suasana belanja yang menyenangkan karena itulah dengan prioritas konsumen yang berubah, perusahaanpun mau tidak mau harus mempunyai desain bisnis yang disesuikan, model operasional yang harus disesuaikan dan perusahaan terus berkonsertasi dimana mereka harus berfokus.

Dari hal tersebut itulah dapat dilihat bagaimana masing-masing supermarket dan sejenis berusaha menarik pembeli untuk datang ke toko dan berbelanja. Para penjual berusa memaksimalkan beberapa komponen penting yang dianggap sangat mempengaruhi kelangsungan bisnis yang dijalankan. Secara tidak langsung dapat dilihat bagaimana penjual bersaing dalam masalah kualitas dan kuantitas produk, harga yang kompetitif, promosi yang menarik dan tepat sasaran, pelayanan yang memuaskan, serta suasana toko yang nyaman dan juga tempat yang strategis.

Didasari dari uraian di atas, penulis tertarik untuk menganalisis sala satu perusahaan ritel local yang dianggap sebagai perintis berdiri pasar swalayan di daerah Ngadiluwih Kediri yaitu Riski Tama Swalayan, ketika pasar swalayan di daerah

Ngadiluwih Kediri berguguran karena tidak sanggup bersaing dengan banyak datang peritel asing yang lebih besar Riski Tama masih tetap berdiri dan bertahan dalam persaingan dengan segala kemajuan yang ada. Berdasarkan uraian di atas maka penulis mencoba mengadakan penelitian dengan judul : **"Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan pada Riski Tama Swalayan Ngadiluwih Kediri"**

A. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat diidendifikasi permasalahan pada penelitian ini, sebagai berikut:

1. Pelanggan mempunyai faktor yang dipertimbangkan dalam mengambil keputusan memilih supermarket untuk memenuhi kebutuhannya, inilah yang harus dianalis oleh para pengusaha retail, toserba, supermarket dan harus ditetapkan.
2. Melihat persaingan bisnis retailing, toserba, supermarket yang sangat ketat, maka pengusaha harus selektif dalam memilih strategi yang digunakan dalam meningkatkan kualitas produk.
3. Kualitas pelayanan juga harus diperhatikan oleh pengusaha, misalnya keramahan, kesopanan, daya tanggap karyawan dalam melayani pelanggan serta penampilan yang menarik.
4. Citra merek yang terkenal mempengaruhi loyalitas pelanggan.
5. Kualitas produk, pelayanan, dan citra merek menjadi faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan di Riski Tama Swalayan.

B. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka permasalahan penelitian dibatasi pada faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas yang ditinjau dari:

1. Kualitas produk
2. Kualitas layanan
3. Citra merek
4. Pelanggan yang menjadi objek penelitian hanya pembeli dari Riski Tama swalayan Ngadiluwih Kediri.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah tersebut di atas penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Swalayan Riski Tama Ngadiluwih Kediri?
2. Adakah pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada Swalayan Riski Tama Ngadiluwih Kediri?

3. Adakah pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan pada Swalayan Riski Tama Ngadiluwih Kediri?
4. Adakah pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan pada Swalayan Riski Tama Ngadiluwih Kediri?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yakni untuk mengetahui:

1. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Riski Tama Swalayan Ngadiluwih Kediri.
2. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Riski Tama Swalayan Ngadiluwih Kediri.
3. Citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Riski Tama Swalayan Ngadiluwih Kediri.
4. Kualitas produk, kualitas layanan, dan citra merek berpengaruh signifikan loyalitas pelanggan pada Riski Tama Swalayan Ngadiluwih Kediri.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu untuk membuktikan teori loyalitas yang dipengaruhi oleh kualitas produk, pelayanan, dan citra merek pada Riski Tama Swalayan Ngadiluwih Kediri.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Konsumen (Masyarakat)

Untuk memberikan sumbangan pikiran dan informasi yang dapat digunakan sebagai pertimbangan masyarakat (konsumen) dalam hal pembelian produk yang berkualitas.

b. Bagi perusahaan

Dapat memberikan gambaran yang mendalam bagi pihak Riski Tama Swalayan Ngadiluwih Kediri mengenai factor-faktor yang diidentifikasi mempengaruhi loyalitas pelanggan beserta hubungan antar variabel-variabel dalam penelitian ini sehingga Riski Tama Swalayan dapat mengambil keputusan dan menerapkan kebijakan yang tepat dalam rangka meningkatkan loyalita pelanggan.

c. Bagi Peneliti

Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas produk, pelayanan dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan pada Riski Tama Swalayan Ngadiluwih Kediri.

II. METODE PENELITIAN

A. Definisi Operasional

1. Kualitas produk (X1) adalah kemampuan produk-produk yang dijual di Riski Tama Swalayan Ngadiluwh Kediri. Sama hal ini pula Riski Tama Swalayan Ngadiluwih Kediri selalu memperhatikan kualitas produknya tetap terjaga dengan baik sampai ketangan konsumennya.
2. Kualitas layanan (X2) adalah kemampuan karyawan Swalayan dalam melayani pelanggannya. Hal ini pulalah yang harus dilakukan oleh pengusaha (pemilik) dan karyawan dari Riski Tama Swalayan Ngadiluwih Kediri agar pelanggan merasa puas sehingga tercipta loyalitas.
3. Citra merek (X3) adalah kumpulan atau kepercayaan atas merek tertentu. Dengan menciptakan citra merek yang positif untuk suatu produk, tentu akan mendorong keberhasilan pemasaran suatu produk. Demikian pula yang harus dilakukan oleh pemilik Riski Tama Swalayan Ngadiluwih Kediri agar pelanggan tidak melakukan pembelian di tempat lain atau menjadi pelanggan yang setia.
4. Loyalitas pelanggan (Y) didefinisikan sebagai suatu ukuran kesetiaan dari pelanggan dalam menggunakan suatu merek produk atau merek jasa pada ukuran waktu tertentu. Dengan kata lain loyalitas pelanggan merupakan sikap positif yang ditunjukkan oleh pelanggan Riski Tama Swalayan Ngadiluwih Kediri atas produk yang sudah dibeli, sehingga mersa puas.

B. Tehnik dan Pendekatan Penelitian

Tehnik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu korelasi. Penelitian dengan korelasional ini merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengukur tingkat kedekatan antar variabel-variabel (Reksoatmodjo, 2007:129). Tehnik tersebut digunakan dengan tujuan mengetahui hubungan antara variabel bebas, kualitas produk, pelayanan dan citra merek terhadap variabel terikat, loyalitas pelanggan Riski Tama Swalayan Ngadiluwih Kediri.

Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012:07), “pendekatan kuantatif adalah pendekatan penelitian yang menggunakan data berbentuk angka-angka dan analisis menggunakan statistik”.

C. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Riski Tama Swalayan yang bertempat di Jalan Tamtama Ngadiluwih Kediri.

Penelitian dilakukan selama tiga bulan, dimulai dari bulan Mei-Juli 2015. Waktu tiga bulan tersebut digunakan untuk

berbagai kegiatan penelitian: persiapan, pembuatan instrument penelitian, pengumpulan data, analisi data, dan penyusunan laporan.

D. Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah warga Ngadiluwih Kediri dan sekitar yang menjadi pelanggan Riski Tama Ngadiluwih Kediri.

Dalam penelitian ini berjumlah 96 responden. Guna memudahkan pehitungan, maka peneliti mengambil sampel sebanyak 100 orang. Sekaligus untuk mengantipasi jika ada kuesioner yang tidak kembali.

E. Instrument Penelitian

Jumlah angket yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu angket dalam skala likert yang berupa pertanyaan yang jawabannya berbentuk deskriptif sehingga respoden tinggal member tanda check list pada kolom yang sudah disediakan.

1. Uji Validitas
2. Reliabilitas

F. Tehnis Pengumpulan Data

Tehnik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara kuesioner digunakan sebagai pengumpulan data dari pelanggan Riski Tama Swalayan Ngadiluwih Kediri. menurut Sugiyono (2011:199) tujuan kuesioner adalah memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan survey, memperoleh informasi dengan tingkat keandalan dan tingkat keabsahan setinggi mungkin. Jawaban dari pertanyaan tersebut dilakukan sendiri oleh responden tanpa bantuan dari pihak peneliti serta pertanyaan yang diajukan pada responden harus jelas.

G. Tehnis Analisis Data

1. Analisis Deskriptif
2. Analisis Kuantitatif
   a. Uji Asumsi Klasik
      1) Uji Multikolinearitas
      2) Uji Heteroskedastisitas
      3) Uji Asumsi Autokorelasi
      4) Uji Normalitas
   b. Analisis Regresi Linear Berganda
   c. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)
   d. Uji Hipotesis
      1) Uji Parsial (Uji t)
      2) Uji Simultan (Uji F)

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat Riski Tama Swalayan

Riski Tama Swalayan yang terletak di Jalan Tamtama No.107 Ngadiluwih Kediri Jawa Timur didirikan tanggal 25 Januari tahun 2011, oleh Bapak Gaguk Hari Promono dan Bapak Haryanto namun dalam pengesahannya di Pengadilan Negeri Kediri yang menjabat sebagai pimpinan adalah

Bapak Gaguk Hari Purnomo dan Bapak Haryanto sebagai wakil pimpinan.

Riski Tama Swalayan dibangun karena ingin menciptakan Swalayan dengan harga yang terjangau oleh masyarakat Ngadiluwih terutama dengan fasilitas tempat yang nyaman sehingga pelanggan dengan leluasa berbelanja di Riski Tama Swalayan.

Awalnya Riski Tama hanya mempunyai 10 orang karyawan yang mayoritas adalah masyarakat Ngadiluwih. Pada tahun 2015 jumlah karyawan Riski Tama Swalayan sebanyak 24 orang.

2. **Bentuk Badan Hukum dan Lokasi Perusahaan**
   a. Bentuk badan Hukum
      Mendapatan NPWP : 02.938.520.0-603.000
   b. Lokasi Perusahaan
      Riski Tama Swalayan didirikan di Jalan Tamtama No.48 Ngadiluwih Kediri Jawa Timur.

B. Pembahasan

Secara umum penelitian ini memberikan hasil yang memuaskan. Hasil analisis deskriptif menunjukan bahwa kualitas produk, kualitas layanan dan citra merek serta loyalitas pelanggan baik. Hal ini ditunjukan dengan banyaknya tanggapan dari responden terhadap kondisi dari masing-masing variabel yaitu pada variabel kualitas produk yang dikatakan baik, hal ini dibuktikan dari hasil analisis deskripsi rata-rata nilai pada indikator kualitas produk sebesar 3,69. Dengan demikian, kualitas produk dinilai baik oleh responden dengan nilai rata-rata 3,69.

Kemudian pada variabel kualitas layanan dikatakan baik, hal ini dibuktikan dari hasil analisis deskriptif rata-rata pada indikator kualitas layanan sebesar 3,59. Dengan demikian, kualitas layanan dinilai baik oleh responden dengan nilai rata-rata sebesar 3,59. Pada variabel citra merek juga dikatakan baik, hal ini dibuktikan dari hasil analisis deskripsi rata-rata nilai pada indikator citra merek sebesar 3,66. Dengan demikian, citra merek dinilai baik oleh responden dengan nilai 3,66. Pada variabel loyalitas pelanggan juga dikatakan baik, hal ini dibuktikan dari hasl analisis deskripsi rata-rata nilai pada indicator loyalitas pelanggan sebesar 3,69. Dengan demikian, loyalitas pelanggan dinilai baik oleh responden dengan nilai rata-rata sebesar 3,69.

Dari hasil tersebut diperoleh bahwa ketiga variabel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penjelasan dari masing-masing variabel akan dijelaskan sebagai berikut :

1. **Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan**

Dari hasil analisis uji statistik terbukti bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,000 > 1,1660 dengan taraf signifikan hasil sebesar 0,05, dengan demikian Ha diterima dan Ho ditolak. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Hidayat (2010) yang menyatakan bahwa kualitas produk memengaruhi loyalitas pelanggan.

Untuk tetap menjaga loyalitas dari para pelanggannya, Riski Tama Swalayan selalu berusaha untuk selalu menjaga kualitas produk yang dijualnya dengan baik. Dengan kebijakan ini terbukti minat loyalitas pelanggan terhadap produk yang dijual tetap meningkat.

2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Dari hasil analisis uji statistik terbukti bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,228 > 1,1660 dengan taraf signifikan hasil sebesar 0,05, dengan demikian Ha diterima dan Ho ditolak. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Diputra (2007) yang menyatakan bahwa kualitas produk memengaruhi loyalitas pelanggan.

Salah satu upaya yang dilakukan Riski Tama Swalayan untuk menaga loyalitas pelanggannya agar tidak lari kepada swalayan lainnya adalah tetap menjaga kualitas layanan mereka. Para karyawan diharuskan memberikan layanan terbaik, ramah, dan menyenangkan pelanggan. Dengan kebijakan tersebut loyalitas pelanggan terhadap Riski Tama Swalayan tetap terjaga dan malah cenderung meningkat.

3. Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan

Dari hasil analisis uji statistik terbukti bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,213 > 1,1660 dengan taraf signifikan hasil sebesar 0,05, dengan demikian Ha diterima dan Ho ditolak. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Kemuning (2010) yang menyatakan bahwa kualitas produk memengaruhi loyalitas pelanggan.

Salah satu upaya yang dilakukan Riski Tama Swalayan untuk meningkatkan loyalitas pelanggannya adalah dengan membuat citra merek bagus dimata para pelanggannya. Dengan kebijakan tersebut terbukti

loyalitas pelanggan mengalami peningkatan yang signifikan.

4. **Variabel Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek secara simultan Berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.**

Dari hasil analisis uji statisik terbukti bahwa kualitas produk, kualitas layanan dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 33,906 > 2,699 dengan taraf signifikan hasil sebesar 0,05, dengan demikian Ha diterima dan Ho ditolak. Penelitian ini mendukung teori yang dikemukaan Swatha dan Handoko dalam Riyadi (Riyadi:83), bahwa kualitas produk yang baik secara langsung akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, dan bila hal tersebut berlangsung terus menerus akan mengakibatkan konsumen yang selalu setia membeli atau menggunakan produk tersebut dan disebut loyalitas konsumen. Selain itu, menurut Tjiptono (2007:43), apabila pelayanan yang diterima pelanggan maupun konsumen sesuai dengan apa yang diharapkan maka akan sangat memberi nilai positif terhadap produsen, yang nantinya akan menumbuhan rasa loyal terhadap produk tersebut. Disamping itu, Rakuti (2002:56), mengatakan apabila konsumen beranggapan bahwa merek tertentu akan melekat secara terus menerus sehingga dapat membentuk kesetiaan terhadap merek tertentu yang disebut dengan loyalitas merek.

C. Simpulan

Penelitian ini pada dasarnya menitik beratkan pada masalah pemasaran khususnya untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpukan bahwa :

1. Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifkan terhadap loyalitas pelanggan pada Riski Tama Swalayan.
2. Kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Riski Tama Swalayan.
3. Citra merek secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Riski Tama Swalayan.
4. Kualitas produk, kualitas layanan, dan citra merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Riski Tama Swalayan.

D. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka implikasi yang dapat dilakukan oleh Riski Tama Swalayan terkait dengan hasil penelitian ini adalah :

1. Implikasi teoritis

Kualitas produk, kualitas layanan, dan citra merek yang bagus tentu akan di sambut positif oleh para pelanggan dalam bentuk meningkatnya loyalitas dari para pelanggan. Hal ini tentu saja konsisten dengan teori yang dikemukakan Swastha dan Handoko dalam Riyadi (2004:83), bahwa kualitas produk yang baik secara langsung akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, dan bila hal tersebut berlangsung secara terus menerusakan mengakibatkan konsumen yang selalu setia membeli atau menggunakan produk tersebut dan disebut loyalitas konsumen. Selain itu, menurut Tjiptono (2007:43), apabila pelayanan yang diterima pelanggan maupun konsumen sesuai dengan apa yang diharapkan maka akan sangat member positif terhadap produsen, yang nantinya akan menumbuhkan rasa loyal terhadap produk tersebut. Disamping itu, Rangkuti (2002:56), mengatakan apabila konsumen beranggapan bahwa merek tertentu secara fisik berbeda dari merek pesaing, citra merel tersebut akan melekat secara terus menerus sehingga dapat membentuk kesetiaan terhadap merek tertentu yang disebut dengan loyalitas merek.

2. Implikasi praktis
   a. Kualitas produk, kualitas layanan, dan citra merek yang diakukan oleh Riski Tama Swalayan sudah cukup baik. Namun demikian, sejalan dengan semakin meningkatnya tuntutan masyarakat terhadap produk yang sesuai kebutuhan konsumen dan dapat bersaing dengan produk produsen lain, maka untuk meningkatkan loyalitas dari pelanggan agar tidak pindah tempat belanja ke tempat lain maka, kualitas produk, kualitas layanan, dan citra merek harus ditingkatkan lebih baik lagi.
   b. Melakukan studi banding ke swalayan sejenis dapat menjaga persainggan agar tidak tertinggal dengan produsen lain.

E. Saran

Dari kesimpulan atas hasil penelitian diatas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Faktor kualitas produk , kualitas layanan, dan citra merek terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Riski Tama Swalayan Ngadiluwih

Kediri, maka kepada Riski Tama Swalayan harus bisa mempertahankan hal tersebut bahkan kalau bisa ditingkatkan lagi menjadi lebih baik dari sebelumnya.

2. Berdasarkan hasil penelitian masih ada pengaruh dari variabel di luar variabel yang ada dalam penelitian ini yakni 48,6%. Hal ini dapat menjadi bahan untuk melakukan penelitian lanjutan dalam waktu yang akan datang dengan memasukan variabel diluar variabel yang sudah ada dalam peneitian ini.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharmini. 1996. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek.* Cetakan 3, Yogyakarta: T. Rineka Cipta.

Arikunto, Suharmini, 2002. *Prosedur penelitian Suatu pendekatan Praktek*, Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Diputra, YudhaBauja, 2007. *"Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa dan Penerapan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen pada Hotel Arwana di Jakarta "*, Skripsi Fakultas Ekonomi Unnes.

Ghozali, Imam, 2005. *Aplikasi Anaisis Multivariate dengan program SPSS*, Semarang: Universitas Diponegoro.

Griffn, Jill, 2002. *Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Jakarta: Erlangga.

Griffin, Jill, 2005. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Alih Bahasa :Dwi Kartini Yahya, Jakarta: Erlangga

Hadi, Sutrisn, 1996,*Analisa Regresi*, Yogyakarta: Andi Offset.

Kartajaya, Hermawan, 2000. *Marketing Plus 2000: Siasat memenangkan persaingan global*, Jakarta: Erlangga.

Kotler, hilip. 1997.*ManajemenPemasaran :Analisis, Perencanaan, ImlementasidanPengendalian*, Jilid 2, Jakarta: Salemba Empat.

Kotler, Philip, 2003, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Salemba Empat.

Kotler, Philip, Gery Amstrong, 2001, *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi millennium*. Jakarta: Prenhalindo.

Kotler, Philip, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.

Nugroho, Wahyu, 2005, *Pengaru hKualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Kredit Elektronik pada PT. Finansia Multi Finance.*

Rachmad, Hidayat, 2009. *Pengaruh Kualitas Layanan Kualitas Produk, dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan.

Rangkuti, Freddy, 2002, *Measuring customer satisfaction: tehnik mengukur dan Strategi meningkatkan kualitas pelanggan*, Edisi 4, Jakarta Gramedia Putaka.

Riana, gede. 2008. *Pengaruh trust in brand terhadap brand loyalty pada konsumen air minum aqua di ta Denpasar*, Jurna Ekonomi, vol. 13 No.2 hal 184-202

Robinette, S. 2001. *Emotion Marketing : the hall mark way of winning customer*

for life. New York; Me Graw Hill Book Company.

Santoso, Singgih. 2007. *Statistika dengan SPSS dan Exel*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo

Simamora, Bilson. 2004, *Riset Pemasaran : Falsafah, Teori dan Aplikasi*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi.1995, *Metode Penelitian Survey* Jakarta: PT Gramedia Pustaka LP3ES Indonesia.

Sugiono. 2004, *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: CV Alfabeta.

Sugiono. 2005, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Bandung: CV Alfabeta.

Sugiono. 2010, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Bandung: CV Alfabeta.

Tjiptono, Fandy, 2002, *Manajemen Kualitas Jasa*, Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy, 2008, *Manajemen Kualitas Jasa : Teori dan Praktik*, Yogyakarta: Andi Offset.

Zeithaml, V. A, Berry, L.L. dan Pasuraman, A, 2003, *The Behavioral Consequences of servis Quality*, Jounal of Marketing, 60