JURNAL

PENGARUH STORE ATMOSPHERE, KELENGKAPAN PRODUK, HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA TOSERBA WIRYA WIJAYA GANDUSARI KABUPATEN TRENGGALEK

PRODUCTS, PRICE ON CUSTOMER LOYALTY WIRYA WIJAYA GANDUSARI SHOP DISTRICT TRENGGALEK



Oleh:

EKA WARSANINGSIH NPM: 12.1.02.02.0087

Dibimbing oleh:

- 1. Drs. Ec. Ichsannudin, M.M.
- 2. Gesty Ernestivita, M.M.

FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NUSANTARA PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA UN PGRI KEDIRI 2017



SURAT PERNYATAAN ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap

: Eka Warsaningsih

NPM

: 12.1.02.02.0087

Telepon/HP

: 085 645 799 547

Alamat Surel (Email)

: ekawarsa3@gmail.com

Judul Artikel

: Pengaruh Store Atmosphere, Kelengkapan Produk, Harga

Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Toserba Wirya

Wijaya

Fakultas – Program Studi

: Fakultas Ekonomi - Manajemen

Nama Perguruan Tinggi

: UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

Alamat Perguruan Tinggi

: Kampus I Jl. KH. Achmad Dahlan No. 76 kediri

Dengan ini menyatakan bahwa:

- a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
- b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 31 Januari 2017
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Luoui	Genes	The many
Drs. Ec. Ichsannudin, M.M. NIDN. 0723105703	Gesty Ernestivita, M.M NIDN. 0720059101	Eka Warsaningsih 12.1.02.02.0087



PENGARUH STORE ATMOSPHERE, KELENGKAPAN PRODUK, HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA TOSERBA WIRYA WIJAYA GANDUSARI KABUPATEN TRENGGALEK

Eka Warsaningsih
12.1.02.02.0087
Fakultas Ekonomi – Manajemen
ekawarsa3@gmail.com
Drs. Ec. Ichsannudin, M.M. dan Gesty Ernestivita, M.M
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi bahwa loyalitas konsumen merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan pelanggan dalam melakukan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan pihak perusahaan. Loyal atau tidak pelanggan terhadap suatu produk perusahaan sangat tergantung pada kemampuan manajemen perusahan dalam mengelola faktor-faktor yang mempengaruhi kesetiaan pelanggan seperti keberagam produk, harga dan suasana toko yang nyaman merupkan faktor penting yang harus diperhatikan pihak Toserba Wirya Wijaya Gandusari.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah: (1) apakah pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas konsumen Toserba Wirya Wijaya Ganduasi (2) apakah pengaruh kelengkapan produk terhadap loyalitas konsumen Toserba Wirya Wijaya Ganduasi (3) apakah pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen Toserba Wirya Wijaya Ganduasi (4) apakah pengaruh *store atmosphere*, kelengkapan produk dan harga terhadap loyalitas konsumen Toserba Wirya Wijaya Ganduasi.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif. Metode pengambilan sampel *accidental sampling* dengan jumlah sampel 50 responden. Variabel bebas dalam penelitian ini *store atmosphere* (X₁), kelengkapan produk (X₂), dan harga (X₃), Sedangkan variabel terikat adalah loyalitas konsumen (Y). Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, dengan mempertimbangkan syarat uji asumsi klasik. Penganalisisan data menggunakan bantuan program SPSS *for windows* versi21.

Kesimpulan hasil penelitian adalah secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa semua variabel bebas yaitu variable *store atmosphere*, kelengkapan produk, harga, yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y). Secara simultan (uji F) menunjukkan varibel bebas (*store atmosphere*, kelengkapan produk, harga secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. Dengan nilai koefisien *Adjusted* R² sebesar 0,892 yang berarti bahwa 89,2% loyalitas konsumen dapat dijelaskan oleh ketiga variable independen dan sisanya sebesar 10,8%. dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

KATA KUNCI: *Store atmosphere*, kelengkapan produk, harga dan loyalitas konsumen.

I. LATAR BELAKANG

Kemajuan dibidang perekonomian selama ini telah banyak membawa akibat perkembangan yang pesat dalam bidang usaha. Sejalan dengan hal tersebut banyak bemunculan perusahaan dagang yang bergerak pada bidang perdagangan eceran (retailing) yang berbentuk toko, mini market, departement store (toserba), pasar swalayan (supermarket) dan lain-lain. simki.unpkediri.ac.id



Hal ini akan menimbulkan persaingan diantara perusahaan-perusahaan tersebut. Agar perusahaan dapat memenangkan persaingan mereka harus dapat memanfaatkan peluang-peluang bisnis yang ada dan berusaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka untuk menguasai pasar. Kemampuan bersaing perusahaan tidak hanya didasarkan pada keahlian dan kemampuannya untuk melakukan kinerja secara kompetitif, sehingga pelanggan sehingga menjadi loyal akan kinerja produk yang ditawarkan oleh pengusaha.

Menurut Lovelock dan Lauren (2005:133),"Loyalitas pelanggan merupakan keputusan pelanggan untuk secara sukarela terus berlangganan dengan perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang lama. Loyalitas akan berlanjut hanya sepanjang pelanggan merasakan bahwa dirinya menerima nilai yang lebih baik (termasuk kualitas yang tinggi dalam kaitannya dengan harga) dibandingkan dengan yang dapat diperoleh dengan beralih ke penyedia jasa lain. Menurut Lovelock dan Lauren (2005:134), jika perusahaan pertama melakukan sesuatu tersebut yang mengecewakan pelanggan atau jika pesaing mulai menawarkan nilai yang

jauh lebih baik, risikonya ialah bahwa pelanggan tersebut akan menyeberang

Senada dengan hasil analisis di atas yang dilakukan oleh Andini (2013), bahwa suasana toko(atmosphere store) berpengaruh loyalitas terhadap pelanggan Apabila sebuah toko memiliki atmosfer yang baik dan elegan, maka toko tersebut dapat memberikan kelas sosial yang baik di mata konsumen. Jika kesan positif berlangsung lama, maka toko tersebut akan dijadikan pilihan utama oleh para konsumen untuk menggunakan jasa atau membeli barang di swalayan tersebut

Disamping memperhatikan store atmosphere perusahaan yang bergerak dibidang retail (pengecer) harus memperhatikan pula tentang kelengkapan produk. Dengan hal tersebut maka akan memudahkan konsumen dalam memilih dan membeli berbagai macam produk sesuai dengan keinginan mereka. Hal ini senada dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Cahyono (2012), yang menyatakan ada penmgaruh keragaman produk terhadap loyalitas konsumen.

Kurniasih (2013) dalam pennelitiannya menyatakan bahwa ada pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Harga



merupakan salah satu faktor penting yang perlu diperhatiakan pihak *retailer*, jika harga ditetapkan dengan tepat dan sesuai atau bahkan dengan mengambil keuntungan yang tidak terlalu banyak dalam setiap produknya, maka pelanggan akan cenderung memilih swalayan yang demikian dan tentunya akan berbelanja berulang kembali di retailer tersebut.

Didasari dari gambaran uraian diatas, penulis tertarik untuk menganalisis salah satu perusahaan ritel lokal yang dianggap sebagai perintis berdirinya pasar swalayan khususnya di wilayah gandusari yaitu Toserba Wirya Wijaya Gandusari, dimana ditengah pasar swalayan lokal berguguran karena tidak sanggup bersaing dengan banyak datangnya peritel asing yang lebih besar Toserba Wirya Wijaya Gandusari masih tetap berdiri dan bertahan dalam persaingan dengan segala kemajuan yang ada. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis mencoba mengadakan penelitian dengan judul "Pengaruh Store Atmosphere, Kelengkapan Produk, Harga terhadap Loyalitas Konsumen pada Toserba Wirya Wijaya Gandusari".

II. METODE

Didalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu: variabel terikat adalah loyalitas konsumen. Variabel bebas adalah *store atmosphere*, kelengkapan produk dan harga

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif, karena data dalam penelitian ini diwujudkan dalam bentuk angkaangka. Dalam penelitian ini teknik yang diambil adalah metode deskriptif, karena untuk menggambarkan fenomena yang ada.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh pelanggan Toserba Wirya Wijaya Gandusari pada bulan Juli tahun 2016. Pengambilan sampel dilakukan dengan menngunkan purposive sampling. Jadi jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 50 responden

Instrumen yang digunakan dalam penelitian yaitu angket. Kategori jawaban yang digunakan adalah sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Untuk menguji validitas menggunakan teknik analisis korelasi pearson product moment dengan bantuan program SPSS 21.0. Sedangkan untuk uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik alfa cronbach, bantuan program SPSS .01

Teknik analisis data yang digunnakan adalah regresi linier berganda. Sebelum melakukan uji



regersi linier berganda terlebih dahulu memenuhi asumsi klasik yaitu uji normelitas, multikolinieritas, autokorelasi dan heteroskedastisitas.

Menurut Ghozali (2011:96), adapun model persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

keterangan:

Y = Loyalitas

a = Konstanta

 X_1 = Store atmosphere

X₂ = Kelengkapan produk

 $X_3 = Harga$

b1,b2, b3 = Koefisien regresi

e = Kesalahan pengganggu (error term)

III. HASIL DAN KESIMPULAN

1. Store atmosphere secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pada Toserba Wirya Wijaya Gandusari. Hal ini terlihat berdasarkan hasil perhitungan uji t, dimana nilai signifikan variabel store atmosphere adalah 0,007< 0,05. store atmosphere memberikan nilai tambah bagi produk yang dijual tetapi menciptakan suasana menyenangkan bagi yang konsumen, sehingga konsumen

- tersebut memilih toko yang disukainya dan pada akhirnya melakukan pembelian dan akhirnya dapat menimbulkan loyalitas untuk terus berbelanja ditempat tersebut
- 2. Kelengkapan produk secara parsial berpengaruh terhadap loyalitasdi Toserba Wirya Wijaya. Dengan nilai sig. sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari α = 0.05. Jika produknya lengkap konsumen tersebut akhirnya memutuskan menjadi pelanggan sehingga menimbulkan loyalitas untuk terus berbelanja ditempat tersebut
- 3. Harga berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pada Toserba Wirya Wijaya Gandusari dengan nilai sig. sebesar 0,008. Nilai tersebut lebih kecil dari α = 0.05. Penetapan harga yang tepat sesuai dengan pelayanan dan kinerja yang ditawarkan oleh perusahaan dapat menciptakan kepuasan konsumen, konsumen yang merasa puas dapat tercipta loyalitas konsumen.
- 4. Store atmosphere, kelengkapan produk, dan harga secara simultan terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan tabel 4.19, diperoleh nilai signifikan Uji F sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu 0,05. Dengan



besarnya simultan *store atmosphere*, kelengkapan produk, dan harga dapat menjelaskan loyalitas konsumen sebesar 89,2%

IV. DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan, 2008. *Marketing*. Jakarta: PT Buku Kita.
- Andini, Putri Farrah. 2013. Analisis
 Pengaruh Suasana Toko, Kualitas
 Produk, dan Kepuasan Pelanggan
 Terhadap Loyalitas Pelanggan
 (Studi Pada Konsumen Distro Deep
 Store Di Surakarta). (online)
 tersedia
 :http://www.google.ejournal.com.
- Armstrong, Gary dan Kotler, Philip. 2008.

 *Prinsip -Prinsip Pemasaran, Edisi
 12, Jakarta: Erlangga
- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, edisi 5.
 Jakarta: Rhineka Cipta
- Berry, Berman and Joel R. Evans. 2007. Retail Management, New Jersey. Prentice Hall.
- Berman B, Evans JR. 2001. "Retail Management, A Strategic Approach", 8th edition. New Jersey: Prentice Hall,
- Cahyono. Dwi Heri. 2012. Pengaruh
 Keragaman Produk Dan Pelayanan
 Terhadap Loyalitas Konsumen
 (Studi Kasus Pada Indomaret
 Bangsalsari Kabupaten Jember).
 (online) tersedia
 :http://www.google.ejournal.com.
- Gilbert, David, 2003. *Retail marketing management*. England: Prentice Hall.

Griffin, J. 2009. Customer loyalty:

Menumbuhkan dan

Mempertahankan. Kesetiaan

Pelanggan, Alih bahasa : Dr Dwi
Kartini Yahya.Jakarta : Erlangga.

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisi Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*.Edisi Kelima. UNDIP: Semarang.

Husein Umar, 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat

- Kartikowati, Sari. dkk. 2012. Pengaruh
 Kualitas Layanan, Promosi,
 Kelengkapan Produk Terhadap
 Loyalitas Konsumen Ritel Pesona
 Indah Semarang Pada Tahun 2012.
 (online) tersedia
 :http://www.google.ejournal.com.
- Kotler Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. (hendra Teguh dan
 Ronny A. Rusli). Terjemahan.
 Jakarta:PT. Prehallindo

______.2003. Manajemen
Pemasaran. (hendra Teguh dan
Ronny A. Rusli). Terjemahan.
Jakarta:PT. Prehallindo

- Kotler, Philip., dan Armstrong, Gar,. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 11

 Jilid 1. Jakarta: Gramedia Pustaka

 Utama
- Kotler dan Keller. 2012. *Marketing Management Edisi 14*, Global
 Edition. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. dan Keller, K, L. 2006. *Manajemen Pemasaran*

Eka Warsaningsih | 12.1.02.02.0087 Fakultas Ekonomi – Manajemen



(Bejamin Molan, Pentj). Ed 12, Jilid 1&2. Jakarta: Indeks

- Manajemen Pemasaran (Bejamin Molan, Pentj). Ed 12, Jilid 1&2. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran terj :Bob Sabran, Edisi 13 jilid 1 dan 2*,

 Jakarta: Erlangga
- Kurniasih. Indah. Dwi. 2012. Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui variabel kepuasan (studi pada bengkel ahass 0002-astra motor siliwangi semarang). (online) tersedia :http://www.google.ejournal.com
- Lamb, Charles. W. et.al. 2001. *Pemasaran. Buku I Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lamb, Hair, Mc Daniel. 2001.

 Pemasaran.Buku -1. Jakarta : PT. Salemba Empat Raya,
- Levy & Weitz, 2001. Retailing Management, 4thedition. New York: Mc.Graw Hill, Irwin
- Lovelock & Lauren K Wright.2005.

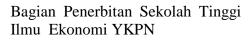
 Manajemen Pemasaran Jasa, PT.
 Indeks, Indonesia
- Margaretha, Mouren. 2004. "Studi mengenai loyalitas pelanggan pada divisi asuransi kumpulan AJP bumi Putra". Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol. iii, No. 3, halaman 289-308
- Ma'ruf, Hendri. 2005. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Nuraini. 2009. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan,

Eka Warsaningsih | 12.1.02.02.0087 Fakultas Ekonomi – Manajemen

- Desain Produk, Harga dan Kepercyaan Terhadap Loyalitas Pelanggan. Skripsi Fakultas Ekonomi Umdip.
- Nurhayati, Risky. 2013. Pengaruh Kualitas
 Dan Harga Terhadap Loyalitas
 Pelanggan (Studi Pada Universitas
 Pembangunan Nasional "Veteran"
 Yogyakarta Jurusan Ilmu Administrasi
 Bisnis Angkatan 2009 Penggunaan
 Hand Phone Merek Nokia). (Online)
 Tersedia:
 Http;//Www.Google.Ejournal.Com.
- Nugroho Adi. 2005. Analisis dan Perancangan Sistem Informasi dengan Metodologi Berorientasi Objek. Bandung: Informatika.
- Raharjani, Jeni. 2005. Analisis Faktor-Mempengaruhi faktor yang Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai **Tempat** Berbelanja (Studi Kasus Pada Pasar Swalayan di Kawasan Seputar Simpang Lima Semarang). Dalam Jurnal Studi Manajemen & Organisasi, Vol. 2, No. 1 Hal 1-15
- Riduwan. 2005. Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan. 2010. *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta
- Riyadi, Joko. 2004. Gerbang Pemasaran. Gramedia, Jakarta
- Umar, Sekaran. 2005. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta:
 Salemba Empat
- ______. 2010. Metodologi Penelitian untuk Bisnis. Jakarta : Salemba Empat
- Simamora, Henry. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta:

simki.unpkediri.ac.id





- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitaif Kualitatif dan R & D.* Bandung: Alfabeta.
- _____ 2009. Metode Penelitian Kuantitaif Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- _____ 2010. Metode Penelitian Kuantitaif Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta.
- _____. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta.
- Sulistyo-Basuki. 2006. *Metode Penelitian*. Jakarta: Wedatama Widya Sastra dan Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia.
- Supranto, J. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : RI neke Cipta
- Swasta, Basu dan Irawan. 2010. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Tjiptono, Fandy. 2004. Strategi Pemasaran, edisi kedua, cetakan ketujuh, Yogyakarta : Andi Offset
- Pemasaran, edisi kedua, cetakan ketujuh, Yogyakarta : Andi Offset
- Pemasaran, edisi kedua, cetakan ketujuh, Yogyakarta : Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran* . PT. ANDI Offse