PENGARUH *STORE ATMOSPHARE*, KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI MEKAR SWALAYAN KEDIRI

EFFECT OF ATMOSPHERE STORE, QUALITY OF SERVICE, AND CUSTOMER SATISFACTION TO CUSTOMER LOYALTY IN MEKAR SWALAYAN KEDIRI

Oleh:

SITI BAROROTUL FITRIAH

13.1.02.02.0389

Dibimbing oleh :

1. Dr. Sri Aliami, M.M.
2. Sigit Ratnanto, S.T., M.M

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2017

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangandibawahini:

Nama Lengkap	:	Siti Barorotul Fitriah
NPM	:	13.1.02.02.0389
Telepon/HP	:	+6285706857449
Alamat Surel (Email)	:	sitibarorotul@gmail.com
Judul Artikel:		Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di Mekar Swalayan Kediri
Fakultas – Program Studi	:	Ekonomi – Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	:	Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	:	Jalan K.H. Achmad Dahlan 76 Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa:

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

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.Apabila dikemudian 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,..8.. Agustus 2017
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Dr. Sri Aliami,M.M. NIDN. 0716086403	Sigit Ratnanto, S.T..M.M NIDN. 0706067004	Siti Barorotul Fitriah NPM. 13.1.02.02.0454

PENGARUH *STORE ATMOSPHARE*, KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI MEKAR SWALAYAN KEDIRI

Siti Barorotul Fitriah
13.1.02.02.0389
sitibarorotul@gmail.com
Ekonomi - Manajemen
Dr. Sri Aliami, M.M.
Sigit Ratnanto, S.T., M.M.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi untuk mengetahui kemampuan perusahaan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh signifikan antara *store atmosphare*, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan baik secara parsial maupun simultan.

Metode pengumpulan data menggunakan wawancara dan kuesioner dengan menyebarkan secara langsung kepada pihak yang terlibat dalam penelitian ini yang telah dijelaskan peneliti dalam penelitian. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Menggunakan teknik *purposive* sampling. Metode penelitian deskriptif dan kuantitatif dengan menggunakan analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menyimpulkan (1) ada pengaruh signifikan antara *store atmosphare* terhadap loyalitas pelanggan di Mekar Swalayan Kediri, (2) ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Mekar Swalayan Kediri, (3) ada pengaruh signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Mekar Swalayan Kediri, (4) ada pengaruh signifikan antara *store atmosphare*, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas Mekar Swalayan Kediri.

Kata kunci: *Store Atmosphare*, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan

I. LATAR BELAKANG

Perkembangan dunia semakin pesat terutama untuk Indonesia maka ini menciptakan persaingan bisnis yang semakin meningkat. Hal ini ditandai dengan adanya semakin berkembang ritel modern dan ritel modern memulai berbenah. Ada berbagai perbedaan antara ritel tradisional dengan ritel modern. Adapun perbedaan antara ritel modern dengan ritel tradisional.

Karakteristik tradisional yaitu: kurang memilih lokasi, tidak memperhatikan potensi pembeli, jenis barang tidak terarah, tidak ada seleksi merek, kurang memperhatikan pemasok, melakukan pencatatan penjualan sederhana, tidak melakukan evaluasi keuntungan per produk, arus kas tidak terencana, pengembangan bisnis tidak terencana.

Karakteristik ritel modern yaitu: lokasi strategis, prediksi cermat terhadap pembeli potensial, pengelolaan jenis barang terarah, seleksi merek dan pemasok sangat ketat, melakukan penjualan dengan cermat, melakukan evaluasi produk, arus kas terencana, pengembangan bisnis terencana.

Perkembangan ritel trdisional di Kota Kediri semakin mengalami penurunan kumlah pengunjung, hal ini disebabkan banyak bermunculan ritel modern. Berbagai jenis pusat perbelanjaan yang ditawarkan oleh pengusaha ritel modern bagi masyrakat Kota Kediri yang semula berbelanja dipusat ritel tradisional beralih ke ritel tradisional.

Loyalitas sangat penting dalam bisnis ritel terutama akan membuat meningkatkan omset perusahaan dan tujuan jangka panjang perusahaan tercapai. Menurut Kotler dan Keller (2012:138), loyalitas (*loyality*) adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai dimasa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2012:61), Pelanggan yang loyal tidak dapat diukur dari banyak melakukan pembelian tapi dari berapa sering melakukan pembeliaan ulang, termasuk disini

merekomendasikan orang lain untuk membeli.

Namun, loyal atau tidak pelanggan terhadap suatu produk/toko sangat tergantung pada kemampuan manajemen mengelola faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan antara lain: *store atmosphare*, kualitas pelayanan, dan kepuasan.

Faktor pertama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah *store atmosphare*. Menurut Kotler dan Keller (2012:156), *store atmosphare* adalah suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya dan yang dapat menarik konsumen untuk membeli. *Store atmosphare* meskipun tidak secara langsung mengkomunikasikan kelas sosial dari produk-produk yang ada di dalamnya, sehingga hal ini dapat di jadikan sebagai alat untuk membujuk pelanggan menggunkan jasa atau membeli barang yang dijual di toko tersebut.

Faktor kedua yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono (2011:59), kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Faktor ketiga yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah Kepuasan . Menurut Kotler (2009:138), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan amat puas atau senang. Kunci untuk menghasilkan loyalitas pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi.

Mekar swalayan merupakan bagian dari Kopkar PT Gudang Garam kediri, awal berdirinya Mekar swalayan yaitu dengan niat meningkatkan kesejahteraan anggota dan masyarakat pada umumnya. Mekar swalayan memberikan kontribusi yang sangat tinggi untuk keberlangsungan usaha koperasi. Swalayan ini bukan hanya untuk

anggota tapi juga melayani masyarakat umum. Sementara bagi masyarakat umum, harga penjualan yang dipatok Mekar swalayan sangat kompetitif dibandingkan harga suatu produk di pasaran.

Berdasarkan uraian tersebut, menjadi dorongan utama penulis untuk meneliti masalah dengan judul penelitian "**Pengaruh *Store Atmosphare*, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di Mekar Swalayan Kediri".**

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh signifikan antara *store atmosphare* terhadap loyalitas pelanggan di Mekar Swalayan Kediri?
2. Adakah pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Mekar Swalayan Kediri?
3. Adakah pengaruh signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Mekar Swalayan Kediri?
4. Adakah pengaruh signifikan antara *store atmosphare*, kualitas pelayanan dan kepuasan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di Mekar Swalayan Kediri.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas**,** Tujuan dalam penelitian ini untuk menganalisis pengaruh signifikan antara:

1. *Store atmosphare* terhadap loyalitas pelanggan di Mekar Swalayan Kediri.
2. Kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Mekar Swalayan Kediri.
3. Kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Mekar Swalayan Kediri.
4. *Store atmosphare*, kualitas pelayanan, dan kepuasan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di Mekar Swalayan Kediri.

Kajin Teori

Loyalitas Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2012:138), berpendapat bahwa loyalitas (*loyality*): merupakan komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.

Menurut Kotler (2009:57), indikator loyalitas pelanggan dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu:

a. *Repeat purchase*
b. *Retention*
c. *Referalls*

Store Atmosphare

Menurut Berman dan Evan (2007:71), *store atmosphare* merupakan karakteristik fisik toko yang dapat menunjukkan *image* (kesan) toko dan menarik konsumen.

Menurut Berman dan Evan (2007:604), membagi elemen-elemen *store atmosphare* kedalam empat elemen, yaitu:

a. *General Interior (*bagian dalam toko)
b. *Exterior* (bagian luar toko)
c. *Store layout (*tata letak)
d. *Interior Display*

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2011:59), Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Menurut Kembaren (2012:34), indikator kualitas pelayanan sebagai berikut:

a. Kemudahan pelayanan.
b. Mendahulukan kepentingan pelanggan.
c. Ketanggapan membantu pelanggan.
d. Pelayanan sesuai SOP.
e. Keramahan pelayanan.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2009:138), Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara harapan dan kenyataan yang diperoleh.

Menurut Tjiptono (2011:101), indikator kepuasan pelanggan sebagai berikut:

a. Kesesuaian Harapan
b. Minat Berkunjung Kembali.
c. Kesediaan Untuk Merekomendasi.

II. METODE PENELITIAN

Teknik Penelitian dan Pendekatan

Sesuai permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah permasalahan kausalitas, yaitu suatu pertanyaan peneliti yang bersifat menghubungkan dua variabel atau lebih. Hubungan variabel dalam penelitian adalah hubungan kausal, yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat. Ada variabel independent (variabel yang mempengaruhi) dilambangkan dengan X dan variabel dependent (dipengaruhi) dilambangkan dengan Y.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian diskriptitf kuantitatif yaitu penelitian tentang data yang dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk angka-angka dan dianalisis menggunakan statisik.

Tempat dan Waktu Penelitian

Peneliti melakukan penelitian di Mekar Swalayan Kediri.

Penelitian dilaksanakan selama 6 bulan, dimulai dari bulan Maret - Agustus 2017.

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2011:119), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Mekar Swalayan.

Menurut Sugiyono (2011:120), Sampel adalah bagian atau jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2011:126), *purposive sampling* merupakan pengambilan sampel dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh *representative*.

Menurut Widiyanto (2008:19), apabila populasi terlalu besar dan dan jumlahnya tidak diketahui, maka menggunakan rumus:

$$n = \frac{z^2}{4\,(moe)}$$

$$= \frac{\mathbf{1{,}95^2}}{\mathbf{4\,(0{,}1)}}$$

= 95 responden

Keterangan **:**

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan penentuan sampel persen

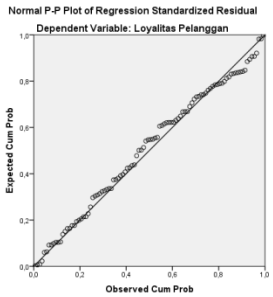
Moe = kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi

Berdasarkan perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel sebanyak 95 responden, namun pada penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden dengan alasan sampel *representative* dan melebihi dari batas minimal sampel.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011:160), uji normalitas berguna untuk menguji apakah dalam regresi variabel penggangu atau residual memiliki distribusi normal seperti diketahui bahwa uji t dan uji f mengasumsikan dengan analisis grafik dan uji statistik.



Sumber: Output Spss (data diolah, 2017)

Hasil kurva normal *probability plot* memperlihatkan bahwa titik-titik grafik berhimpit dan mengikuti garis diagonalnya, sehingga dapat disimpulkan model regresi berdistribusi normal

Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2011:105), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi diantara variabel *independent*.

Coefficients[a]

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Store Atmosphare	,832	1,201
Kualitas Pelayanan	,845	1,184
Kepuasan Pelanggan	,977	1,023

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa model regresi tidak terjadi multikolinearitas atau korelasi yang sempurna antara variabel-variabel bebas. Hal ini dapat diketahui dengan melihat nilai VIF, dalam tabel diatas nilai VIF lebih kecil dari 10 dan lebih besar dari 0,1.

Model Summary[b]

Model	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	1,919	2,070

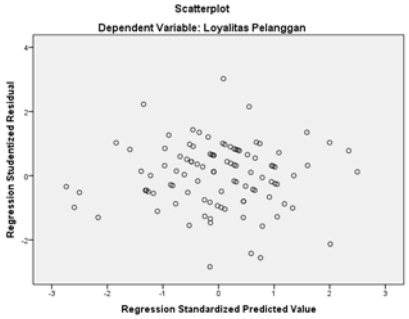
a. Predictors: (Constant), x3, x1, x2

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

sumber: Output Spss (data diolah, 2017)

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2011:139), model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atu tidak mengalami heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residualnya (SRESID).



Sumber: Output SpsS (data diolah, 2017)

Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik tersebut membentuk pola tertentu dan titik-titik tersebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga layak untuk digunakan dalam penelitian.

Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2011:95-96) menyatakan bahwa uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya)

Dalam analisis ini diperoleh dw diperoleh sebesar 2,070, sedangkan nilai

dw pada tabel untuk tingkat α = 5% dengan n = 100 dan k=3. Diketahui batas bawah (dl sebesar 1,6131 dan du sebesar 1,7364) dan batas atas (4-du =2,634) dari data diatas dapat dibuat persamaan sebagai berikut:

1,7364<2,070<2,63.

Dari persamaan diatas bahwa dapat diketahui tidak ada autokorelasi dalam penelitian ini.

Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	1,035	3,107	
Store Atmosphare	,207	,067	,272
Kualitas Pelayanan	,263	,058	,397
kepuasan Pelanggan	,259	,088	,239

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan
Sumber: Output SPSS (data diolah, 2017)

Berdasarkan tabel, maka dibuat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$\mathbf{Y= 1.035 + 0,207X_1 + 0,263X_2 + 0,259X_3}$$

Dari persamaan dapat diambil kriteria sebagai berikut:

α= 1,035 apabila variabel *store atmosphare*, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan diasumsikan memiliki pengaruh sama sekali (0), maka variabel Y (loyalitas pelanggan) memiliki nilai sebesar 1,035.

β_1= 0,207 besarnya koefisien variabel *store atmosphare* adalah sebesar 0,207, artinya bahwa setiap peningkatan *store atmosphare* secara positif naik 1 (satuan) akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,207 bila variabel lainnya konstan.

β_2= 0,263 besarnya koefisien variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 0,263, artinya bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan secara positif naik 1 (satuan)akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,263 bila variabel lainnya konstan.

β_3= 0,259 besarnya koefisien variabel kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,259, artinya bahwa setiap peningkatan kepuasan pelanggan secara positif naik 1 (satuan) akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,259 bila variabelnya konstan.

Pada penelitian ini variabel kualitas pelayanan (x2) yang merupakan variabel yang paling dominan/ besar pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan pada Mekar Swalayan Kediri, selanjutnya dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan (x3), dan *store atmosphare* (x1), dimana untuk menentukan mana yang paling dominan diurutkan sampai yang terkecil dilihat dari nilai koefisien regresi yang dimiliki masing-masing variabel.

Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2011:87), nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir

semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen.

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,757[a]	,573	,560

a. Predictors: (Constant), x3, x1, x2

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Output Spss (data diolah, 2017)

Berdasarkan tabel, dapat diketahui adjust r square 0,560. Hal ini menunjukkan pengaruh *store atmosphare*, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 56%, sedangkan 44 % dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Uji T (Parsial)

Coefficients[a]

Model		t	Sig.
1	(Constant)	,333	,740
	Store Atmosphare	3,097	,003
	Kualitas Pelayanan	4,553	,000
	Kepuasan Pelanggan	2,954	,004

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Output Spss (data diolah,2017)

Store atmosphare memperoleh nilai t_{hitung} 3,097 > t_{tabel} 1,661. Sedangkan nilai signifikansi 0,003 < 0,05 hal ini menunjukkan bahwa h_0 ditolak dan h_a diterima, kualitas pelayanan memperoleh nilai t_{hitung} 4,553 > t_{tabel} 1,661. Sedangkan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 hal ini menunjukkan h_0 ditolak dan h_a diterima, kepuasan pelanggan memperoleh nilai t_{hitung} 2,954 > t_{tabel} 1,661. Sedangkan nilai signifikansi 0,004 < 0,05 hal ini menunjukkan bahwa h_0 ditolak dan h_a diterima.

Dari hasil uji parsial (individu) membuktikan bahwa variabel *indipenden,* yaitu*: store atmosphare*, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan terhadap variabel *dependen* (loyalitas pelanggan).

Uji F (Simultan)

ANOVA[a]

Model		F	Sig.
1	Regression	19,869	,000[b]
	Residual		
	Total		

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), x3, x2, x1

Sumber: Output Spss (data diolah,2017)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan hasil uji simultan atau bersama-sama (uji f) menghasilkan f_{hitung} 19,869 > f_{tabel} 2,70, sedangkan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Maka dapat dikatakan bahwa *store atmosphare* (X1), kualitas pelayanan (X2), dan kepuasan pelanggan (X3) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan**.**

Pembahasan

***Store Atmosphare* terhadap Loyalitas Pelanggan.**

Dari hasil hipotesis 1 nilai t_{hitung} 3,097 > t_{tabel} 1,661. Dengan nilai signifikansi 0,003 < 0,05 hal ini menunjukkan h_0 ditolak dan h_1 diterima. Terbukti bahwa *store atmosphare* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pembuktian hipotesis ini berarti penting bagi pemasar untuk dapat

lebih memperhatikan *store atmosphare* karena memiliki pengaruh pada bentuk pembeliaan suatu produk, selain itu *store atmosphare* merupakan salah satu unsur bagi peritel untuk menarik konsumen utuk melakukan pembeliaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Yaves dan Babakus (2008:447), *store atmosphare* merupakan salah satu alasan pelanggan yang bersifat loyal walaupun berlaku hanya bersifat khusus yaitu pada segmen tertentu. penelitian ini mendukung penilaian Astuti (2010), bahwa *store atmosphare* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Dari pengujian hipotesis 2 nilai t_{hitung} 4,553 > t_{tabel} 1,661. Sedangkan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 hal ini menunjukkan bahwa terbukti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Lupiyoadi (2013:216), kualitas pelayanan merupakan perbedaan antar kenyataan dengan harapan atas pelayanan yang diterima, apabila pelayanan baik akan membuat pelanggan menjadi puas yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, begtitu dengan sebaliknya. Selain itu diperkuat oleh penelitian yang dilakukan Karundeng (2013), bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu penentu bagi Swalayan berhasil atau tidaknya memberikan pelayanan secara konsisten kepada pelanggan.

Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Dari pengujian hipotesis 3 t_{hitung} sebesar 2,954 > t_{tabel} 1,661. Sedangkan nilai signifikansi 0,004 < 0,05 hal ini membuktikan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, hal ini diperkuat dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler (2009:48), orang yang puas akan pelayanan maupun produk yang ditawarkan akan mempengaruhi loyalitas pelanggan yang terbukti dari ciri-ciri pelanggan yang puas yaitu loyal terhadap produk, adanya komunikasi *word of mouth* secara positif, perusahaan menjadi pertimbangan utamayang menjadikan loyalitas pelanggan. Selain itu penelitian ini memperkuat penelitian yang dilakukan oleh Sari (2013), bahwa kepuasan pelanggan berpenggaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

***Store Atmosphare*, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.**

Berdasarkan hipotesis 4 diperoleh f_{hitung} 19,869 > f_{tabel} 2,70. Sedangkan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 hal ini membuktikan bahwa secara simultan

(bersama-sama) *store atmosphare* (X1), kualitas pelayanan (X2), dan kepuasan pelanggan (X3) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) Mekar Swalayan Kediri. Diketahui nilai *adjust r square* 0,560, hal ini menunjukkan pengaruh *store atmosphare*, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 56% sedangkan sisanya 44% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Simpulan

1. Ada pengaruh signifikan *store atmosphare* terhadap loyalitas pelanggan di Mekar Swalayan Kediri.
2. Ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan secara terhadap loyalitas pelanggan di Mekar Swalayan Kediri.
3. Ada pengaruh signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Mekar Swalayan Kediri.
4. Ada pengaruh signifikan *store atmosphare*, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama atau secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di Mekar Swalayan Kediri.

Saran

Berdasarkan saran penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil koefisien determinasi menunjukkan pengaruh *store atmosphare*, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 56%, sedangkan 44 % dipengaruhi oleh variabel lainnya.
2. Mekar Swalayan Kediri harus mampu mempertahankan atau bahkan meningkatkan segala aspek yang dapat menumbuhkan loyalitas.
3. Hasil dari penelitian yang dilakukan peneliti pada Mekar Swalayan diharapkan dapat lebih meningkatkan loyalitas pelanggan melalui produk yang berkualitas, pelayanan yang sesuai harapan pelanggan dan memberikan kepuasan pelanggan.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Astuti, Sri, dkk. 2010. *Pengaruh Atmosfer Toko dan Promosi Penjualan terhadap Loyalitas Pelanggan Centro Department Stor The Plaza Semanggi*:Tesis.

Berman, B. Dan Evans, Jr. 2007.*Retail Management: A Strategic Approach* 10th Ed. Prentice Hall.

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Kembaren, Emmelya. 2012 *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Melakukan Pembelian Kentucky Fried Chicken Pada KFC Jalan Gajah Mada Medan:* Skripsi. Universitas Sumatera Utara Medan.

Kotler, Philip., dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*.

Edisi Ketiga Belas Jilid 2. Alih bahasa: Bob Sabran. Jakarta : Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management 13*. New Jersey: Pearsoan Prentice Hall, Inc.

Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat.

Mashuri. 2008. *Penelitian Verifikatif*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi.

Permatasari, Feibe.K., 2013, *Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Rumah Makan Mawar Sharron Wanea Manado*, Jurnal EMBA,Vol.1 No.3 September 2013, Hal. 639-647.

Ratna, Stefanny,S.T., *Pengaruh Kepuasan Pelanggan ,Kepercayaan Pelanggan dan Switching Barriers terhadap Loyalitas Pelanggan Hartono Elektronika Surabaya.*

Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung : Alfabeta.

Tjahyadi, R.A. 2006. *Brand Trust Dalam Konteks Loyalitas Merek: Peran Karakterstik Merek, Karakteristik Perusahaan, dan Karakteristik Pelanggan-Merek*. Jurnal Manajemen : 65-78.

Tjiptono, Fandy. 2011. *Service Quality and Satisfaction* , Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi.

Yavas, U., & Babakus, E. 2008. *Retail Store loyalty: A Comparasion of Two Customer Segments.* ***International Journal of Retail And Distribution Management,*** 37:6:477-492

Widyanto, Ibnu. 2008. Pointers : Metodologi Penelitian. Semarang. BP Undip.