# ARTIKEL

# PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI "AKA *MOVEMENT STORE*" TULUNGAGUNG

**OLEH** :
**MEILIANA INDRIYANTI**
**NPM : 13.1.02.02.0092**

**Dibimbing oleh :**
1. **Bambang Agus Sumantri, S.IP., M.M.**
2. **Hery Purnomo, S.E., M.M.**

**PRODI MANAJEMEN**
**FAKULTAS EKONOMI**
**UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**
**2017**

ARTIKEL SKRIPSI
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

**SURAT PERNYATAAN**
**ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017**

**Yang bertanda tangan dibawah ini:**

| | |
|---|---|
| Nama Lengkap | : Meiliana Indriyanti |
| NPM | : 13.1.02.02.0092 |
| Telepun/HP | : 08991191991 |
| Alamat Surel (Email) | : meilianaindri95@gmail.com |
| Judul Artikel | : Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan di "AKA *Movement Store*" Tulungagung |
| Fakultas – Program Studi | : Ekonomi – Manajemen |
| NamaPerguruan Tinggi | : Universitas Nusantara PGRI Kediri |
| Alamat PerguruanTinggi | : JL. KH. Ahmad Dahlan No.76 |

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 dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggung jawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

| Mengetahui | | Kediri, 3 Agustus 2017 |
|---|---|---|
| Pembimbing I | Pembimbing II | Penulis, |
| Bambang Agus Sumantri, S.IP., M.M.<br>NIDN. 0730088001 | Hery Purnomo, S.E., M.M.<br>NIDN. 0713076803 | Meiliana Indriyanti<br>13.1.02.02.0092 |



MEILIANA INDRIYANTI | 13.1.02.02.0092
EKONOMI – MANAJEMEN
SIMKI.UNPKEDIRI.AC.ID
1

# PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI "AKA *MOVEMENT STORE*" TULUNGAGUNG

Meiliana Indriyanti
13.1.02.02.0092
Ekonomi – Manajemen
meilianaindri95@gmail.com
Bambang Agus Sumantri, S.IP., M.M. dan Hery Purnomo, S.E., M.M.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh pengamatan peneliti dalam pentingnya memahami loyalitas pelanggan agar perusahaan mendapatkan keuntungan jangka panjang. Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh desain produk, kualitas produk dan lokasi. Penggunaan variabel-variabel pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui faktor-faktor pendorong timbulnya rasa loyal pelanggan terhadap produk dari "AKA *Movement Store*" Tulungagung.

Dengan adanya data pelanggan yang setiap bulannya tidak stabil, maka permasalahan pada penelitian ini adalah (1) adakah pengaruh desain produk terhadap loyalitas pelanggan di "AKA *Movement Store*" Tulungagung? (2) adakah pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di "AKA *Movement Store*" Tulungagung? (3) adakah pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan di "AKA *Movement Store*" Tulungagung? (4) adakah pengaruh desain produk, kualitas produk dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan di "AKA *Movement Store*" Tulungagung?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi berganda, uji F (uji simultan), uji t (uji parsial), dan Adjust R-square. Penelitian ini dilakukan di "AKA *Movement Store*" Tulungagung dengan mengambil sampel 40 orang sebagai respondennya.

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah desain produk ($X_1$), kualitas produk ($X_2$), lokasi ($X_3$) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di "AKA *Movement Store*" Tulungagung. Keeratan hubungan tersebut ditunjukan oleh nilai koefisien determinasi Adjust R-square = 0,956 dengan demikian menunjukkan bahwa besarnya pengaruh desain produk, kualitas produk dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan sebesar 95,6%. Berarti masih ada pengaruh variabel lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan sebesar 4,4% yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : desain produk, kualitas produk, lokasi, loyalitas pelanggan

# I. PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Persaingan pada bisnis di jaman saat ini berubah menjadi amat sangat ketat. Karena perkembangan teknologi yang mulai banyak mengubah kehidupan masyarakat kita untuk melakukan inovasi-inovasi dalam melakukan usaha saat ini. Salah satu bisnis pakaian yang banyak kita temui adalah distro. Distro ini merupakan toko distribusi yang menjual berbagai produk (*t-shirt*, kemeja flannel, tas, celana, dompet). Banyak sekali distro yang menjual berbagai produk dengan kualitas yang baik. Salah satunya yaitu "AKA *Movement Store*" Tulungagung yang berlokasi di Jalan Pahlawan gang III Nomor 24, Rejoagung, Kedung Waru, Kabupaten Tulungagung. Perusahaan harus bisa menarik pelanggan dan membuat merekapuas dalam membeli atau menggunakan produk yang ditawarkannya. Saat pelanggan merasakan puas, pasti pelanggan tersebut akan mempunyai rasa ingin membeli atau menggunakan produk tersebut secara berulang-ulang dalam jangka waktu tertentu atau bahkan selamanya. Menurut Kotler dan Keller (2012:138) mengatakan loyalitas *(loyalty)* 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.

Dalam dunia bisnis pakaian khususnya distro keunikan dan ciri khas dari desain produk yang dimiliki bisa memberikan kepuasan tersendiri kepada pelanggan. Untuk mendesain produk, sangat dibutuhkan kreatifitas agar desain yang dihasilkan bisa menarik perhatian para pelanggan.Menurut Kotler dan Keller (2012:332), desain produk merupakan totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan. Desain produk yang diproduksi jumlah nya sangat terbatas dan berbeda, sehingga bisa memenuhi keinginan para pemakai atau konsumen untuk tampil beda dibandingkan dengan orang lain.

Pelanggan tidak hanya mencari desain produk yang berbeda dari produk-produk yang sudah ada, tetapi mereka juga mencari kualitas produk yang bisa memberikan kepuasan tersendiri bagi mereka dan tidak kalah dengan kualitas produk luar negeri. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:283) kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsiya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya.

Memilih lokasi yang tepat ketika melakukan usaha adalah keputusan yang sangat penting, karena lokasi usaha tersebut untuk menarik para pelanggan agar datang ke tempat dalam pemenuhan kebutuhannya, tidak hanya sekali tetapi berkali-kali. Menurut Peter dan Olson (2014:30) lokasi merupakan tempat atau berdirinya perusahaan atau tempat usaha. Ketika pelanggan merasakan kepuasan dalam membeli atau menggunakan sebuah produk atau jasa tersebut, dimanapun lokasinya mereka akan tetap mengunjunginya. Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis mengambil tema penelitian dengan judul **Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan di "AKA *Movemenet Store*" Tulungagung.**

## B. Identifikasi Masalah

Kurangnya loyalitas pelanggan di "AKA *Movement Store"* Tulungagung ditandai dengan tidak stabilnya data pelanggan yang membeli produk secara berulang-ulang pada bulan Oktober 2016 – Maret 2017.

Naik turunnya data pelanggan pada bulan Oktober 2016 – Maret 2017, maka distro "AKA *Movement Store"* Tulungagung juga harus memperhatikan juga faktor-faktor lain salah satunya adalah desain produk yang di produksinya. Apakah desain produk yang diproduksi sudah sesuai dengan trend yang sedang booming atau mungkin desain produk yang diproduksi ketinggalan jaman.

Kualitas produk pada "AKA *Movement Store*" Tulungagung harus diperhatikan agar para konsumen senang dan merasa puas terhadap produk yang di belinya.

Lokasi yang strategis bisa menarik para konsumen agar

mempunyai rasa ingin membeli produk. Lokasi "AKA *Movement Store*" Tulungagung juga harus mendapatkan perhatian, karena lokasinya yang kurang strategis. Lokasi yang tidak strategis bisa membuat konsumen enggan loyal terhadap produk-produk "AKA *Movement Store*" Tulungagung.

**C. Batasan Masalah**

1. Hanya terbatas pada pelanggan di "AKA *Movement Store*" Tulungagung.
2. Penelitian dibatasi pada desain produk yang mempengaruhi loyalitas pelanggan di "AKA *Movement Store*" Tulungangung.
3. Penelitian dibatasi pada kualitas produk yang mempengaruhi loyalitas pelanggan di "AKA *Movement Store*" Tulungagung.
4. Penelitian dibatasi lokasi yang mempengaruhi loyalitas pelanggan di "AKA *Movement Store*" Tulungagung.

**D. Rumusan Masalah**

1. Apakah desain produk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan di "AKA *Movement Store*" Tulungagung?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan di "AKA *Movement Store*" Tulungagung?
3. Apakah lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan di "AKA *Movement Store*" Tulungagung?
4. Apakah desain produk, kualitas produk dan lokasi secara signifikan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di "AKA *Movement Store*" Tulungagung?

**E. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui apakah desain produk mempengaruhi secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan di "AKA *Movement Store*" Tulungagung.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk mempengaruhi secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan di "AKA *Movement Store*" Tulungagung.
3. Untuk mengetahui apakah lokasi mempengaruhi secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan di "AKA *Movement Store*" Tulungagung.
4. Untuk mengetahui apakah desain produk, kualitas produk dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di

"AKA *Movement Store*" Tulungagung.

**F. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis
   a. Dengan adanya penelitian mengenai desain produk di "AKA *Movement Store*" Tulungagung diharapkan dapat memberi saran dan masukan kepada desainer produk terutama untuk pakaian agar lebih memperhatikan desain produk yang di buatnya agar bisa menarik para konsumen membeli terus-menerus atau berulang-ulang.
   b. Penelitian mengenai kualitas produk di "AKA *Movement Store*" Tulungangung diharapkan untuk owner dan bagian produksi lebih memikirkan tentang kualitas produk yang di produksinya. Agar para konsumen merasa puas terhadap kualitas produk yang ada di "AKA *Movement Store*" Tulungagung dan timbul rasa ingin membeli secara berulang-ulang.
   c. Penelitian mengenai lokasi "AKA *Movement Store*" Tulungagung diharapkan untuk owner distro, memikirkan lokasi distro saat ini, mungkin bisa di carikan lokasi yang lebih strategis agar bisa terlihat oleh lebih banyak konsumen dan konsumen tertarik untuk mampir atau membeli produk di "AKA *Movement Store*" Tulungagung.
   d. Sebagai bahan pertimbangan agar faktor-faktor diatas diperhatikan dan diperbaiki sehingga loyalitas pelanggan "AKA *Movement Store*" Tulungagung setiap tahunnya meningkat.
2. Manfaat Teoritis
   a. Bagi peneliti, penelitian ini sebagai bahan masukkan bagi peneliti untuk mengadakan penelitian lebih mendalam tentang loyalitas pelanggan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya khususnya dibidang desain produk, kualitas produk dan lokasi.
   b. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, sumbang saran dan mafaat dalam mengembangkan ilmu pemasaran khususnya

mengenai pengaruh desain produk, kualitas produk dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan di "AKA *Movement Store*" Tulungagung.

## II. METODOLOGI PENELITIAN

### A. Pendekatan dan Teknik Penelitian

**1. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Alasan peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif adalah data yang akan dianalisis dalam penelitian ini berbentuk angka yang sifatnya obyektif, dapat diukur, rasional, dan sistematis. Menurut Sugiyono (2016:11) pendekatan kuantitaif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan.

**2. Teknik Penelitian**

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey*. Menurut Sugiyono (2016:12) metode *survey* adalah peneliti menanyakan ke beberapa orang (responden) tentang keyakinan, pendapat, karakteristik suatu obyek dan perilaku yang telah lalu atau sekarang. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *survey* karena data yang akan dikumpulkan di dapat dari menyebar kuesioner, wawancara dan observasi.

### B. Tempat dan Waktu Penelitian

**1. Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di distro "AKA *Movement Store*" Jalan Pahlawan gang III Nomor 24, Rejoagung, Kedung Waru, Kabupaten Tulungagung.

**2. Waktu Penelitian**

Penelitian dilakukan satu bulan yaitu pada bulan April sampai Mei 2017.

### C. Populasi dan Sampel

**1. Populasi**

Peneiliti menggunakan populasi terbatas yang bersifat heterogen. Karena populasi yang diteliti di distro "AKA *Movement Store*" Tulungagung hanya terbatas untuk pelanggan yang membeli berulang produk distro tersebut pada bulan Oktober 2016 sampaiMaret 2017 dan mempunyai sifat heterogen.

**2. Sampel**

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan metode *random sampling (probability*

*sampling)*, dengan teknik *simple random sampling*. Peneliti menggunakan *random sampling* karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak untuk pelanggan yang berbelanja di "AKA *Movement* Store" Tulungagung pada bulan Oktober 2016 sampai Maret 2017.

## D. Instrumen Penelitian

| No | Variabel | Indikator | Item pertanyaan |
|---|---|---|---|
| 1 | Loyalitas Pelanggan (Y) | 1. Pembelian secara teratur<br>2. Membeli diluar lini produk/jasa<br>3. Rekomendasi pada orang lain<br>4. Kebal dari daya tarik produk sejenis | 2<br>2<br>2<br>2 |
| 2 | Desain Produk ($X_1$) | 1. Ciri-ciri<br>2. Fitur<br>3. Mutu kesesuaian<br>4. Daya tahan<br>5. Keandalan<br>6. Gaya *(style)*<br>7. Kemudahan perbaikan | 2<br>2<br>2<br>2<br>2<br>2<br>2 |
| 3. | Kualitas Produk ($X_2$) | 1. Kinerja<br>2. Ciri-ciri<br>3. Kesesuaian<br>4. Keandalan<br>5. Daya tahan<br>6. Estetika<br>7. Kualitas<br>8. Dimensi | 2<br>2<br>2<br>2<br>2<br>2<br>2<br>2 |
| 4 | Lokasi ($X_3$) | 1. Akses<br>2. Visibilitas<br>3. Lalu lintas<br>4. Tempat parkir<br>5. Ekspansi<br>6. Lingkungan<br>7. Kompetisi<br>8. Peraturan pemerintah | 2<br>2<br>2<br>2<br>2<br>2<br>2<br>2 |

## E. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Sumber dan Langkah-Langkah Pengumpulan Data

a. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini berasal dari jawaban para responden yaitu pelanggan distro "AKA *Movement Store*" Tulungagung dengan mengisi kuesioner mengenai desain produk, kualitas produk dan lokasi serta loyalitas pelanggan yang dibagikan oleh peneliti.

b. Data Sekunder

Data ini diperoleh melalui literatur-literatur, laporan-laporan penelitian, *website* internet maupun data dokumen yang sekiranya diperlukan untuk mendukung data primer.

### 2. Langkah-Langkah Pengumpulan Data

a. Teknik Utama

Teknik utama yang peneliti gunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah Kuesioner (Angket), kuesioner adalah teknik yang digunakan dalam pengumpulan data oleh peneliti dengan cara memberi beberapa pertanyaan atau pernyataan yang tertulis untuk diisi oleh responden, agar memperoleh jawaban yang akan di analisis oleh peneliti.

b. Teknik Pendukung

1) Wawancara

Wawancara yang peneliti lakukan dengan cara wawancara yang tidak terstruktur. Wawancara yang tidak terstuktur adalah

wawancara yang bebas, peneliti tidak perlu menggunakan pertanyaan yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.

2) Observasi

Teknik pengumpulan data dengan cara observasi sering digunakan apabila penelitian yang dilakukan berhubungan dengan perilaku manusia, proses kerja dan responden yang diamati tidak terlalu besar.

**E. Teknik Analisis Data**

**1. Analisis Deskriptif**

Teknik analisis deskriptif ini digunakan dalam menganalisis data yaitu dengan cara mendeskripsikan atau menjelaskan data yang telah terkumpul apa adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum untuk generalisasi.

**2. Analisis Statistik**

Dalam penelitian ini analisis statistik yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pengujian analisis statistik ini dibantu dengan menggunakan *software Statistic Product and Service Solution* (SPSS) versi 23. Adapun langkah-langkah dalam pengujian analisis statistik adalah sebagai berikut:

a. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi dalam penelitian mencakup uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokolerasi dan uji heteroskedastitas. Peneliti menggunakan analisis regresi berganda dalam penelitian ini. Adanya beberapa asumsi-asumsi yang harus terpenuhi agar data yang dimasukkan dalam model regresi telah memenuhi ketentuan dan syarat dalam regresi. Uji asumsi yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1) Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011:160) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik.

2) Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2011:105-106) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Dalam model regresi yang baik harus tidak adanya multikolineritas. Ada atau tidaknya multikolineritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai *variance factor* (VIF) lebih kecil dari 10, maka regresi tersebut dinyatakan bebas dari multikolonieritas.

3) Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2011:110) uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode tdengan kesalahan pengganggu pada periode $t_{-1}$(sebelumnya).

4) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2011:139) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

b. Analisis Persamaan Regresi Linier Berganda

Menurut Suhartanto (2014:328) analisis linier merupakan metode analisis yang serbaguna dan *powerful* yang dapat digunakan untuk memodelkan efek simultan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis ini digunakan untuk menguji hubungan antara dua atau lebih variabel independen dan satu variabel dependen.

Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3}$$

Keterangan :

Y = Loyalitas Pelanggan

a = Bilangan Konstanta

$b_1$,$b_2$,$b_3$ = Koefisien garis regresi

$X_1$ = Desain Produk

$X_2$ = Kualitas Produk

$X_3$ = Lokasi

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

c. Analisis Koefisien Determinasi

Kata koefisien determinasi diartikan sebagai antara nol dan satu. $R^2$ sama dengan 0, berarti tidak ada sedikit pun presentase hubungan atau pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya apabila $R^2$sama dengan 1, maka presentase hubungan atau pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen sangat kuat.

**3. Norma Keputusan**

a. Uji t (Parsial)

Menurut Ghozali (2011:36) Kata uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Tujuan dari uji t ini adalah untuk menguji apakah setiap masing-masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat secara parsial.

b. Uji F (Simultan)

Menurut Ghozali (2011:38) kata uji F menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama terhadap variabel terikat atau dependen.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Pengujian Hipotesis

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

Berdasarkan hasil analisis regresi diketahui bahwa desain produk ($X_1$) Nilai $t_{hitung}$=3,092> $t_{tabel}$ (α/0,05 ;36) = 2,028 atau nilai signifikan = 0,004 < 0,05 maka $H_0$ ditolak dan $H_1$ diterima. Berarti desain produk ($X_1$) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).

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

Berdasarkan hasil analisis regresi diketahui bahwa kualitas

produk ($X_2$) Nilai $t_{hitung}$= 8,179> $t_{tabel}$ (α/0.05 ;36) = 2,028 atau nilai signifikan = 0,000 < 0,05 maka $H_0$ ditolak dan $H_2$ diterima. Berarti kualitas produk ($X_2$) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).

3. **Pengaruh Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan**

   Berdasarkan hasil analisis regresi diketahui bahwa lokasi ($X_3$) Nilai $t_{hitung}$= 2,876> $t_{tabel}$ (α/0,05;36) = 2,028 atau nilai signifikan = 0,007 < 0,05 maka $H_0$ ditolak dan $H_3$ diterima. Berarti lokasi ($X_3$) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).

4. **Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan**

   Berdasarkan hasil analisis regresi diketahui bahwa nilai $F_{hitung}$= 286,474> $F_{tabel}$ (3,37) =3,252 atau nilai sig. = 0,000 < 0,05 maka $H_0$ ditolak dan $H_4$ diterima. Berarti secara bersama-sama desain produk ($X_1$), kualitas produk ($X_2$), dan lokasi ($X_3$) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).

**B. Pembahasan**

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

   Hasil dari analisis data kualitas produk yang dilakukan peneliti, terbukti bahwa variabel desain produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan di "AKA *Movement Store*" Tulungagung.

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

   Hasil yang diperoleh peneliti setelah melakukan analisis data, terbukti bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan di "AKA *Movement Store*" Tulungagung.

3. **Pengaruh Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan**

   Hasil yang diperoleh peneliti dalam melakukan analisis data terbukti bahwa variabel lokasi mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan di "AKA *Movement Store*" Tulungagung.

4. **Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan**

   Ketiga variabel apabila digabung menjadi satu maka secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan yaitu desain produk ($X_1$), kualitas produk ($X_2$), lokasi ($X_3$) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y)

## IV. SIMPULAN DAN SARAN

### A. Simpulan

1. Desain produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan di distro "AKA *Movement Store*" Tulungagung. Semakin tinggi nilai desain produk maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan.
2. Kualitas produk berpengaruh signifikan dan paling dominan terhadap loyalitas pelanggan di distro "AKA *Movement Store*" Tulungagung. Semakin tinggi nilai kualitas produk maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan.
3. Lokasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan di distro "AKA *Movement Store*" Tulungagung. Semakin tinggi nilai lokasi maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan.
4. Desain produk, kualitas produk dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di distro "AKA *Movement Store*" Tulungagung. Semakin tinggi nilai desain produk, kualitas produk dan lokasi maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan.

### B. Saran

1. Bagi Perusahaan
   a. Diharapkan "AKA *Movement Store*" Tulungagung juga memperhatikan faktor-faktor lain seperti harga yang juga bisa mempengaruhi loyalitas pelanggan.
   b. Kualitas pelayanan yang diberikan juga harus dipertimbangan agar pelanggan bisa semakin loyal terhadap "AKA *Movement Store*" Tulungagung.
   c. Diharapkan "AKA *Movement Store*" juga melakukan promosi yang menarik agar bisa menarik konsumen baru dan konsumen tersebut bisa menjadi pelanggan yang loyal.
2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat menjadi inspirasi untuk peneliti lain dalam melakukan penelitian lanjutan khususnya di bidang kajian yang sama. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini, karena masih ada pengaruh variabel dari luar variabel yang ada dalam penelitian ini yakni sebesar 4,4%.

## V. DAFTAR PUSTAKA

Adam, Dr. Muhammad, S.E., M.B.A. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi*. Bandung:Alfabeta.

Fahmi, Irfan. 2016. *Perilaku Konsumen*. Bandung:Alfabeta.

Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi *Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (edisi kelima)*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*. *Fourteenth GLOBAL Edition.* 14 Edition. Pearson.

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

Nasution, M. Nur, 2010. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management*). Jakarta: Ghalia Indonesia.

Payangan, Prof. Dr. Otto R., SE. 2014. *Pemasaran Jasa Pariwisata*. Bogor: IPB Press.

Pratiwi, Dinar Eka. 2010. *Analisis Pengaruh Harapan Pelanggan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Internet Flash Unlimited di Semarang.* Semarang: UNDIP

Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2014. *PerilakuKonsumen dan Strategi Pemasaran. Buku 2*. Edisi 9.Jakarta: Salemba Empat.

Putra, Samuel Adhimas. 2013. *Analisis Pengaruh Lokasi, Presepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Sari Kaligawe, Semarang*. Semarang: UNDIP

Riduwan. 2013. *Dasar-Dasar Statistika.* Bandung: Alfabeta.

Santosa, Sonny. (2010). *Penerapan Costumer Relationship Marketing serta Kualitas*

*Produk untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. (Manajerial) ISSN: 2085-479X vol: no 2 Desember 2010. Diakses tanggal 12 januari 2015

Siregar, Ir. Sofian, MM. 2010. *Statistik Deskriptif untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Depok: Rajagrafindo Persada.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methode).* Bandung: Alfabeta.

Suhartono, Dwi, Ph. D. (2014). *Metode Riset Pemasaran*. Alfabeta. Bandung

Supeni, Nely. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Matahari Departemen Store Jember*. Jember: STIE Mandala Jember

Sutrisni. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Desain Produk,Harga dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat IM3 pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.* Semarang: UNDIP.

Suharno & Yudi Sutarso. 2010. *Marketing in Practice*. Graha Ilmu, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2011.*Pemasaran Jasa*. Malang, Bayumedia.

Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta, Andi.

Utami, Christina Whidya. 2010. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia.* Jakarta: Salemba Empat.

Wijaya, David. 2012. *Pemasaran Jasa Pendidikan.* Jakarta: Salemba Empat.

http://properti.kompas.com/read/2010/01/05/09024110/distro.tidak.takut.dengan.fta/2017/11/04/22:30

http://swa.co.id/swa/listed-articles/skaters-van-bandung/2017/11/04/23:00