ARTIKEL

PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BERKAH MANDIRI SWALAYAN MOJO KEDIRI

The Influence of Product Diversity, Service Quality, and Location towards Customer Loyality Berkah Mandiri Mart Mojo Kediri

Oleh:

M. YAYAN WAHYU PERMANA

13.1.02.02.0317

Dibimbing oleh :

1. Dr. H. Samari., MM

2. Rony Kurniawan., MM

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2017

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: M. YAYAN WAHYU PERMANA
NPM	: 13.1.02.02.0317
Telepun/HP	: 085749941226
Alamat Surel (Email)	: Yayanpermana5@gmail.com
Judul Artikel	: Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan Berkah Mandiri Swalayan Mojo Kediri.
Fakultas – Program Studi	: EKONOMI/ MANAJEMEN
Nama Perguruan Tinggi	: Universitas Nusantara PGRI Kota Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	: Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 76 Mojoroto Kota 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, 02 Agustus 2017
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Dr. H. Samari., M.M 0712026201	Rony Kurniawan., M.M 0730076804	M. Yayan Wahyu Permana 13.1.02.02.0317

PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BERKAH MANDIRI SWALAYAN MOJO KEDIRI

M. Yayan Wahyu Permana
13.1.02.02.0317
Ekonomi - Manajemen
Yayanpermana5@gmail.com
Dosen Pembimbing 1 : Dr. H. Samari., M.M
Dosen Pembimbing 2 : Rony Kurniawan., M.M
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi pada loyalitas pelanggan Berkah Mandiri Swalayan belum maksimal. Keragaman produk belum maksimal dikarenakan belum memenuhi syarat kondisi fisik yang belum terpenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, Kualitas pelayanan juga belum maksimal dikarenakan belum terciptanya pelayanan yang maksimal. Lokasi sudah maksimal tetapi kurang pengarahan arah untuk menuju tempat pembelanjaan tersebut.

Penelitian ini bertujuan mengetahui : (1) Pengaruh keragaman produk terhadap loyalitas pelanggan pada Berkah Mandiri Swalayan Mojo Kediri (2) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Berkah Mandiri Swalayan Mojo Kediri (3) Pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada Berkah Mandiri Swalayan Mojo Kediri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode sampel (*judgement sampling*) yaitu sampel yang diambil sesuai dengan kondisi subjek di lokasi penelitian. Sampel yang akan dipilih oleh penulis sebagai sumber data yang dibutuhkan untuk penelitian ini adalah para pelanggan di berkah mandiri swalayan. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 50 pelanggan. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan terlebih dahulu diuji dengan uji validitas dan reliabilitas.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan hasil uji t 2,608. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan hasil uji t 4,239. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan hasil uji t 2,094. Keragaman produk, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Terbukti dengan hasil uji yang menyatakan nilai F hitung > Ftabel yaitu 77,805 > 4.171 berarti semakin meningkat produk-produk yang bermacam-macam terhadap pengaruh keragaman produk, Kualitas pelayanan dan Lokasi secara simultan maka semakin baik loyalitas pelanggan.

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian disarankan bagi pelanggan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan, apabila kebutuhan dan keinginan dapat tercapai maka dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dengan baik dan maksimal. Dan untuk peneliti selanjutnya sebaiknya dapat menkaji lebih dalam variabel lain selain keragaman produk, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan

I. LATAR BELAKANG

Keragaman produk dalam usaha bisnis ritel merupakan suatu hal yang harus diperhatikan, karena di era ini telah banyak perkembangan dalam bidang usaha. Dengan hal tersebut maka banyak bermunculan perusahaan yang bergerak pada bidang perdagangan eceran yang berbentuk toko, mini market, *departemen store* (toserba) dan lain-lain. Dengan demikian banyak bermunculan para pesaing yang dihapi, oleh karena itu peritel harus mempunyai setrategi dalam pemasaran. Salah satunya dengan menyediakan keragaman produk, karena sesuatu yang biasanya diinginkan oleh konsumen adalah bagaimana cara untuk mendapatkan barang-barang yang dibutuhkan serta menyediakan beranekaragam produk dan alternatif pilihan.

Dengan demikian pengecer harus membuat keputusan strategi yang tepat, dengan keragaman produk yang dijual, karena dengan adanya jenis-jenis produk dalam arti produk yang lengkap mulai dari merk, kualitas dan ketersediaan produk setiap saat seperti yang telah diuraikan diatas. Dengan hal tersebut akan memudahkan konsumen dalam memilih dan membeli berbagai jenis produk sesuai dengan keinginan mereka. Menurut James (2013:2109) menyatakn bahwa Keragaman produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan ditawarkan juga ketersediaan produk disetiap saat di toko.

Persaingan bisnis ritel di Indonesia sangat tinggi sehingga saat ini tidak jarang kita temui dalam satu lokasi terdapat 3 atau 4 supermarket, kompetisi dalam bisnis ritelpun berubah karena secara tiba-tiba bermunculan pesaing-pesaing baru. Oleh karena itu pola konsumen pun ikut berubah dan harapannya sangat tinggi. Menurut Tjiptono (2012:51) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan karena kualitas yang bervariasi dari yang kontroversional hingga kepada yang lebih strategik.

Disamping harus memperhatikan keragaman produk dan kualitas pelayanan, maka hal yang tidak kalah penting yaitu menentukan lokasi. Karena Salah satu kunci menuju sukses adalah lokasi, lokasi dimulai dengan memilih komunitas. Keputusan ini

sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim politik dan sebagainya. Menurut Christina (2014:93) menyatakan bahwa Lokasi adalah faktor utama dalam pemilihan toko konsumen. Hal ini juga merupakan keuntungan bersaing yang tidak mudaah ditiru. Menemukan lokasi yang bagus secara khusus sangat menantang pesaing.

Loyalitas merupakan suatu komitmen yang mendalam untuk membeli kembali atau berlangganan suatu produk atau jasa secara konsisten dimasa yang akan datang. Loyalitas itu situasi dimana konsumen bersikap positif terhadap produk/produsen (penyedia jasa) dan disertai pembelian ulang yang konsisten. Karena loyalitas pelanggan memiliki prasangka yang spesifik mengenai apa yang dibeli dan dari siapa. Menurut Christina (2014:93) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan konsumen yang bersedia untuk berbelanja di lokasi ritel. Dasar yang digunakan untuk mempertahankan keunggulan bersaing, juga membantu

menarik perhatian dan mempertahankan para konsumen yang loyal. Hal ini dapat disimpulkan dalam jurnal penelitian Nursanah (2010) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan dapat mempengaruhi keragaman produk, kualitas pelayanan dan lokasi.

Dalam pasar atau market ini terdapat berbagai jenis produk yang sudah disediakan untuk semua pelanggan dan konsumen. Kualitas pelayanannya kurang memuaskan bagi para konsumen dan pelanggan sedangkan lokasinya sudah strategis karena berdekatan dengan pasar tradisional. Berdasarkan latar belakang masalah diatas peneliti memilih judul **"Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan di Berkah Mandiri Swalayan Mojo Kediri".**

II. METODE

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian digunakan dalam penelitian tergantung kepada tujuan penelitian. Adapun tujuan penelitian adalah menggambarkan secara jelas fakta-fakta yang akan diteliti Atas dasar ketentuan tersebut maka jenis yang digunakan adalah jenis deskriptif korelasi. Maka dari itu teknik penelitian ini mengambil penelitian secara deskriptif. Menurut Sugiyono (2015:53) penelitian deskriptif adalah suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan

terhadap keberadaan variabel mandiri.

2. Pendekatan penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif sangat diperlukan dalam penelitian ini berupa kuesioner. Kuesioner ini kemudian dikuantifikasikan berupa angka-angka. Angka ini menunjukkan nilai keragaman produk, kualitas pelayanan, lokasi dan loyalitas pelanggan.

3. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Berkah Mandiri Swalayan Mojo Jl. Raya Kedawung Mojo Kediri, dikarenakan produk yang disediakan di tempat tersebut lengkap dari pada swalayan-swalayan yang ada di lingkungan sekitarnya.

4. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan sekitar 6 bulan dimulai dari Maret 2017 sampai dengan Agustus 2017 di Berkah Mandiri Swalayan Jl. Raya Kedawung Mojo Kediri.

5. Populasi

Menurut Sugiyono (2015: 117) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan menurut Arikunto (2008: 130) "populasi" adalah "keseluruhan subjek penelitian". Dari beberapa penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa populasi penelitian adalah keseluruhan subjek yang akan diteliti diwilayah penelitian. Dalam penelitian ini populasi bersifat *infinit*, artinya populasi tidak dapat ditentukan atau diukur. Dalam penelitian ini populasinya adalah pelanggan Berkah Mandiri Swalayan Jalan Raya Kedawung Mojo Kediri.

6. Sampel

Menurut Sugiyono (2015 : 81) sampel adalah bagian dari jumlah yang dimiliki oleh populasi tersebut karena sampel juga termasuk bagian terkecil dari populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif (mewakili).

Sedangkan untuk ukuran sampel penelitian menurut *Roscoe* dalam *buku research methods for bussines* (Sugiono, 2010:52),

"menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500". Sehingga di ambil jumlah sampel dalam penelitian adalah sebanyak 50 responden yang merupakan pelanggan di Berkah Mandiri Swalayan Jalan Raya Kedawung Mojo Kediri.

7. Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2015: 155) instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengmpulkan data dalam penelitian. Data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang berupa angka-angka yang diperoleh dari hasil penelitian. Data kuantitatif itu berupa angket, angket merupakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bisa memberikan respon sehingga permintaan yang sudah disesuaikan terpenuhi.

a. Uji Validitas

Uji Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan bahwa tingkat valid suatu instrumen. Untuk menguji uji validitas ini menggunakan cara korelasi antara skala yang diperoleh pada masing-masing item dengan skor totalnya. Validitas menunjukkan sejauh mana ketetapan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Peneliti telah mengedarkan kuesioner tersebut kepada seluruh pelanggan yaitu sejumlah 50 pelanggan sebagai uji coba dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 23.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya atau reilabel hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang relative sama, selama aspek yang diukur dalam diri subyek memang belum berubah.

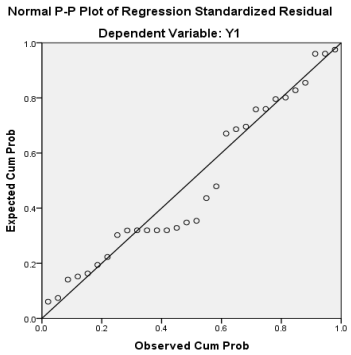
III. HASIL DAN KESIMPULAN

A. Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan dengan cara melihat grafik *normal probability plot* yang membandingkan distribusi komulatif dari distribusi normal.

Jika distribusi data normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis yang diagonal. Hasil output SPSS versi 23. Hasil uji normalitas dapat dilihat dari gambar 4.2 sebagai berikut:



Gambar 4.2 Uji Normalitas

Dari hasil gambar 4.2 garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa data dalam variabel-variabel ini berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi di antara variabel bebas. Gejala multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan nilai *Varian Inflation Factor (VIF)*. Bila nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai toleransinya di atas 0,1 atau 10 % maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terjadi multikolinieritas. Hasil pengujian multikolinieritas dapat dilihat dari tabel 4.7 sebagai berikut:

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.518	1.693		.306	.762		
	Keragaman Produk	.212	.081	.316	2.608	.013	.252	3.962
	Kualitas Pelayanan	.564	.133	.545	4.239	.000	.224	4.458
	Lokasi	.073	.035	.156	2.094	.043	.670	1.492

Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Dari tabel 4.7 diatas menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami gangguan multikolinearitas. Hal ini menunjukkan nilai VIF semua variabel bebas dalam penelitian ini lebih kecil dari 10 sedangkan nilai toleransi semua variabel bebas lebih dari (0,10) atau 10%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

3. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2005:95). Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi

maka dinamakan problem autokorelasi. Hasil pengujian autokorelasi dapat dilihat dari tabel 4.8 sebagai berikut:

Tabel 4.8
Tabel Auto-Korelasi

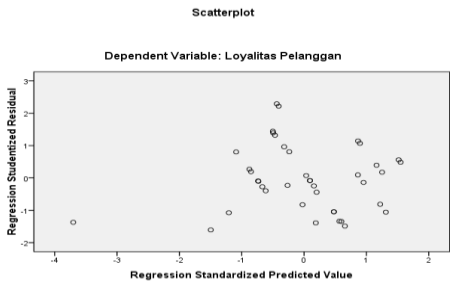
Model	Durbin-Watson	Tabel Durbin Watson
1	2,209	1,72

Sumber : Data primer diolah 2017

Dari tabel 4.8 diatas dapat dilihat bahwa nilai Durbin Watson (dw) yang dihasilkan adalah 2,209, nilai dU (1,72) sehingga 4-dU = 4-1,72= 2,28. Dapat disimpulkan nilai durbin watson (dw) terletak antara dU s/d 4-dU sehingga asumsi autokorelasi telah terpenuhi.

4. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan Scatterplot. Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat dari gambar 4.3 sebagai berikut :



Dapat dilihat pada gambar 4.3 diatas menunjukkan bahwa titik-titik tidak berbentuk pola tertentu dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

B. Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan data dari jawaban responden yang dikumpulkan dan diolah dengan bantuan SPSS versi 23, maka diperoleh hasil analisis regresi pada tabel 4.9 sebagai berikut:

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.518	1.693		.306	.762		
	Keragaman Produk	.212	.081	.316	2.608	.013	.252	3.962
	Kualitas Pelayanan	.564	.133	.545	4.239	.000	.224	4.458
	Lokasi	.073	.035	.156	2.094	.043	.670	1.492

Berdasarkan tabel 4.9 di atas maka dapat ditentukan persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$Y=0,518+0,212X_1+0,564X_2+0,073X_3$

Dari persamaan diatas menunjukkan bahwa:

a. Koefisien regresi dari semua variabel bebas menunjukkan angka positif). Hal ini berarti semua variabel bebas (keragaman produk, kualitas

pelayanan, dan lokasi menunjukkan angka positif) mempunyai hubungan yang positif terhadap variabel terikatnya (loyalitas pelanggan).

b. Dari ketiga variabel diatas yang paling dominan berpengaruh adalah kualitas pelayanan dengan koefisien regresi sebesar 0,564.

C. Analisis Koefisien Determinasi(R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.931[a]	.866	.855	.97688	2.209

Sumber :Hasil olah SPSS, Peneliti (2017)

Dari tabel 4.10 di atas dapat dijelaskan bahwa besarnya koefisien determinasi (Adjusted R Square = 0,855 yang berari 85%) menunjukkan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh sebesar 85% terhadap variabel terikat dan sebesar 15 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam variabel penelitian ini.

D. Pengujian Hipotesis

1. Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.518	1.693		.306	.762		
	Keragaman Produk	.212	.081	.316	2.608	.013	.252	3.962
	Kualitas Pelayanan	.564	.133	.545	4.239	.000	.224	4.458
	Lokasi	.073	.035	.156	2.094	.043	.670	1.492

Keragaman produk yaitu 0,013 < 0,05 yang berarti keragaman produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Berkah Mandiri Mojo Kediri. Sehingga untuk hipotesis pertama (H1) diterima.

Kualitas produk yaitu 0,000 < 0,05 yang berarti kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Berkah Mandiri Mojo Kediri. Sehingga untuk hipotesis kedua (H2) diterima.

Lokasi yaitu 0,043 < 0,05 yang berarti lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Berkah Mandiri Mojo Kediri. Sehingga untuk hipotesis ketiga (H3) diterima.

2. Uji f

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	222.746	3	74.249	77.805	.000[a]
	Residual	34.354	36	.954		
	Total	257.100	50			

Sumber : data diolah 2017

Berdasarkan tabel 4.12 di atas menunjukkan bahwa semua variabel bebas (keragaman produk, kualitas produk, dan lokasi) dalam penelitian ini mempengaruhi

variabel terikatnya (loyalitas pelanggan).

Hal tersebut dapat dilihat pada nilai signifikan dari ketiga variabel independen/bebas dengan nilai sig. 0,000 < 0,5 (5%). Sehingga keempat (H4) dalam penelitian ini diterima. Artinya adalah secara simultan (bersama-sama) semua variabel independen/bebas secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Berkah Mandiri Mojo Kediri.

E. Pembahasan

1. Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis (H1) telah membuktikan terdapat pengaruh antara keragaman produk terhadap loyalitas pelanggan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t hitung sebesar 2,608 > 1,676 dengan taraf signifikansi hasil sebesar 0,013 tersebut < 0,05, dengan demikian Ha diterima dan Ho ditolak, pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa keragaman produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Natasya (2017) yang menyimpulkan bahwa keragaman produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis (H1) telah membuktikan terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t hitung sebesar 4,239 > 1,676 dengan taraf signifikansi hasil sebesar 0,000 tersebut < 0,05, dengan demikian Ha diterima dan Ho ditolak, pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Farida (2013), Hidayat (2014), Nugroho (2015), Maftukin (2015), Darmawati (2016) dan Natasya (2017) yang menyimpulkan

bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

3. **Pengaruh Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan**

   Hasil pengujian hipotesis (H3) telah membuktikan terdapat pengaruh antara lokasi terhadap loyalitas pelanggan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan didapat nilai t hitung sebesar 2,094 > 1,676 dengan taraf signifikansi hasil sebesar 0,043 tersebut < 0,05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini Ho diterima dan Ha ditolak, Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

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

   Hasil pengujian hipotesis (H4) telah membuktikan terdapat adanya pengaruh antara keragaman produk, kualitas produk, dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan didapat nilai F hitung sebesar 77,805 dengan taraf signifikansi hasil sebesar 0,000 tersebut < 0,05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini Ho diterima dan Ha ditolak, Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa ketiga variabel tersebut secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

F. Kesimpulan

1. Ada pengaruh yang signifikan antara keragaman produk terhadap loyalitas pelanggan di Berkah Mandiri Swalayan Mojo Kediri. Artinya keragaman produk atau kelengkapan suatu produk sangat berpengaruh terhdap minat beli masyarakat karena dengan kergaman produk akan membuat konsumen merasa mudah dan akan melakukan pembelian ulang.
2. Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Berkah Mandiri Swalayan Mojo Kediri. Artinya dengan pelayanan yang baik maka konsumen atau pelanggan akan merasa dihargai dan akan puas ketika melakukan pembelian di

swalayanan tersebut. Ada pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap loyalitas pelanggan di Berkah Mandiri Swalayan Mojo Kediri. Artinya lokasi yang strategis dan mudah dijangkau akan membuat konsumen melakukan pembelian ulang ditempat yang sama karena akses yang mudah.

3. Ada pengaruh signifikan antara keragaman produk, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan di Berkah Mandiri Swalayan Mojo Kediri. Artinya ketiga variabel tersebut berpengaruh erat untuk memberikan kepuasan kepada para konsumen yang berbelanja sehingga akhirnya tercipta loyalitas pelanggan.

G. Saran

1. Bagi Perusahaan

   Hendaknya perusahaan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan lebih menitik beratkan pada keragaman produk, kualitas pelayanan, dan lokasi. Dilihat dari kuesioner yang telah diisi oleh pelanggan di Berkah Mandiri Swalayan Jl. Raya Kedawung Mojo Kediri tersebut diperoleh data bahwa pelanggan akan melakukan pembelian dengan melihat keragaman produk, kualitas pelayanan dan lokasi, sehingga dengan demikian dengan keragaman produk yang di jual, kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, dan lokasi yang strategis akan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan di Berkah Mandiri Swalayan Jl. Raya Kedawung Mojo Kediri.

2. Bagi Konsumen

   Bagi konsumen diharapkan pada saat berbelanja alahkan baiknya memilih tempat belanja yang lokasinya strategis yang mudah dijangkau, serta memiliki keragaman produk yang disediakan di toko tersebut sehingga konsumen akan mendapatkan kemudahan dan apa yang dicari akan terpenuhi.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Diharapkan penelitian selanjutnya dapat meneliti lebih dalam tentang pengaruh keragaman produk, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan di Berkah Mandiri Swalayan Jl. Raya

Kedawung Mojo Kediri. Hasil dari analisa koefisien determinasi menunjukkan pengaruh sebesar 0,855 terhadap variabel terikat dan sisanya di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk variabel di penelitian ini, sehingga untuk peneliti selanjutnya untuk mencari variabel lain untuk di uji agar penelitian yang akan datang lebih sempurna dari penelitian ini.

4. Bagi Unp

   Bagi universitas diharapkan mampu meningkatkan kemampuan akademik mahasiswa dalam bidang pemasaran yang sudah didapat dalam bentuk teori selama di bangku kuliah dan di terapkan dalam praktik di lapangan mengenai pemasaran ritel atau jasa.

IV. Daftar Pustaka

McMilan, James H. 2013. *Resarch In Education.*: *A Conceptual intruduction*. New York : Addison Wesley Longman.

Kusumanegara, Solahuddin. 2010. *Model dan aktor dalam proses kebijakan publik*. Yogyakarta : Gava Media.

Christina Widhya Utami. 2010. *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.

Oliver, R. 2010. "*Whence Consumer Loyalty*", *Journal of Marketing*, Vol. 63.

Griffin, Jill. 2009. *Customer Loyalty*: *How to learn it*, *How to keep it*. Jakarta. Erlangga.

Handi, Irawan. 2010. *"Strategi Kepuasan vs* Strategi Loyalitas".SWA Sembada.

Churchill, Gilbert A. 2010. *Riset Pemasaran*. Jilid I, Edisi kedelapan. Terjemahan Dr. Dwi Kartini Yahya S.E. M.M. Jakarta: Erlangga.

Garvin . 2012. Strategi Marketing, Andi, Yogyakarta.

Kotler, Philip & G Amstrong. 2009. *Prinsip-Prinsip Pemasaran.* Edisi sepuluh jilid 1, Jakarta, PT Indeks Kelompok.

———————————. 2009. Prinsip-Prinsip Pemasaran 2. Edisi Kedua belas. Jakarta: Erlangga. .

————————————2010. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta, ANDI

———————————.——— 2012. *Pemasaran Jasa*. CV ANDI OFFSET, Yogyakarta.

Simamora. 2011. Menenangkan Pasar dengan Pemasran Efektif dan Profiyabel. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Ghozai, Imam. 2011. *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS"*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Sunyoto, Danang. 2013. *Teori, Kuisoner & Analisis Data Untuk Pemasaran Dan Perilaku Konsumen.* Yogyakarta : Graha Ilmu.

Sugiono. 2015. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kuantitas dan R&D.* Bandung : CV. Alfabet.

Farida, Naili. Mardikawati, Woro. 2013. Penagruh nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Bus Efisiensi. Studi pada PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap. *Jurnal Adinistrasi Bisnis, Volume 2, Nomor 1. Tersedia:* (http://ejurnal.undip.ac.id/index.php/janis).

Basit, A. Kumadji, S. Hidayat, K. 2014. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. Studi pada Pelanggan De'Pans Pancake and Waffle di Kota Malang. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 11 No. 1. Tersedia: *(http://Download.portalgaruda.org/article.php).*

Maftukhin, Muhammad. 2014. Penagruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Bandeng Juwana Elrina Semarang. Tersedia: *http://eprints.dinus.ac.id/8848/1/jurnal_13747).*

Nugroho, Triyandari, N. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. Studi pada Pelanggan Speedy Telkom di Kota Surakarta. Jurnal Paradigma Vol. 12, No. 02. Tersedia : *(http://journal.uniba.ac.id/index.php/pd).*

Damawati. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap loyalitas Pelanggan Dalam Memakai Jasa Percetakan CV. Rahmat Nur di Samarinda. *eJurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Volume 4, Nomor 1.* Tersedia: (http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/2016/03).

Rorimpandey, Natasya J. Sepang J Jantje. Arie,Valdi F. 2017. Analisis Pengaruh Store Atmosphere dan Keanekaragaman Produk Terhadap Loyalitas Konsumen di Cafe Black Cup Coffee & Roastery. Jurnal EMBA Vol. 5 No. 2. Tersedia : *(http://ejounal.unsrat.ac,id/index.php/emba).*