ARTIKEL

LINGKUNGAN USAHA, HARGA, KERAGAMAN PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI TOKO PODO ELING DESA JUWONO KECAMATAN KERTOSONO

Business Environment, Price, Product Diversity, And Service Quality To Costumer Loyalty In Toko Podo Eling Desa Juwono Kecamatan Kertosono

Oleh :

WAHYU SATRIO PRABOWO

14.1.02.02.0176

Dibimbing oleh :

1. **Drs. Ec. Ichsannudin., M.M**
2. **Rony Kurniawan., M.M**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2018

Artikel Skripsi
Universitas Nusantara PGRI Kediri

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2018

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap	: Wahyu Satrio Prabowo
NPM	: 14.1.02.02.0176
Telepon/HP	: 082240555988
Alamat Surel (Email)	: wahyusatrioprabowo20@gmail.com
Judul Artikel	: Lingkungan Usaha, Harga, Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan di Toko Podo Eling Desa Juwono Kecamatan Kertosono.
Fakultas / Program Studi	: EKONOMI / MANAJEMEN
Nama Perguruan Tinggi	: Universitas Nusantara PGRI 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 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 ketidak sesuaian data dalam pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri,
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Drs. Ec. Ichsannudin., M.M	Rony Kurniawan.,M.M	Wahyu Satrio Prabowo
0723105703	0730076804	14.1.02.02.0176

Wahyu Satrio Prabowo | 14.1.02.02.0176
Fakultas Ekonomi– Prodi Manajemen
simki.unpkediri.ac.id
|| 1||

LINGKUNGAN USAHA, HARGA, KERAGAMAN PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI TOKO PODO ELING DESA JUWONO KECAMATAN KERTOSONO

Wahyu Satrio Prabowo
14.1.02.02.0176
Ekonomi / Manajemen
wahyusatrioprabowo20@gmail.com
Dosen Pembimbing I : Drs. Ec. Ichsannudin.,M.M
Dosen Pembimbing II : Rony Kurniawan., M.M
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh loyalitas konsumen di Toko Podo Eling Desa Juwono Kecamatan Kertosono yang belum maksimal. Lingkungan usaha yang belum maksimal dikarenakan kurangnya pemilik toko dalam memperhatikan lingkungan usahanya. Harga yang sudah maksimal namun kurangnya pemberitahuan membuat konsumen masih belum mengetahuinya. Keragaman produk yang sudah maksimal namun masih kurangnya dalam penataan membuat konsumen kurang mengetahui ragam apa saja yang dijual. Kualitas pelayanan belum maksimal dikarenakan belum memerikan pelayanan yang maksimal.

Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui : (1) Pengaruh lingkungan usaha terhadap loyalitas konsumen di Toko Podo Eling Desa Juwono Kecamatan Kertosono. (2) Pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen di Toko Podo Eling Desa Juwono Kecamatan Kertosono. (3) Pegaruh keragaman produk terhadap loyalitas konsumen di Toko Podo Eling Desa Juwono Kecamatan Kertosono. (4) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Toko Podo Eling Desa Juwono Kecamatan Kertosono. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu ada kriteria tertentu untuk dijadikan sampel. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 50 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linier berganda dengan terlebih dulu menguji dengan uji validitas dan reabilitas.

Hasil penelitian secara parsial dapat disimpulkan bahwa lingkungan usaha, harga, keragaman produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen di Toko Podo Eling Desa Juwono Kecamatan Kertosono. Secara simultan lingkungan usaha, harga, keragaman produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen di Toko Podo Eling Desa Juwono Kecamatan Kertosono.

Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian disarankan bagi pemilik toko untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen, apabila kebutuhan dan keinginan para konsumen dapat tercapai dan sesuai dengan apa yang telah diharapkan maka dapat dipastikan akan meningkatkan loyalitas kosnumen di Toko Podo Eling Desa Juwono Kecamatan Kertosono. Dan untuk peneliti selanjutnya sebaiknya dapat mengkaji lebih dalam variabel lain selain lingkungan usaha, harga, keragaman produk dan kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci : Lingkungan Usaha, Harga, Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen

I. LATAR BELAKANG

Loyalitas konsumen sangat penting bagi pelaku usaha dalam mempertahankan konsumen demi mempertahankan kelangsungan usahanya. Persaingan bisnis yang bergerak pada bidang perdangangan eceran *(retailing)* yang berbentuk toko, mini market, swalayan sangat tinggi sehingga tak jarang dalam satu lokasi ada 3 atau 4 toko yang bergerak pada bidang yang sama. Hal ini yang menjadi alasan utama bagi para pelaku usaha untuk menarik dan mempertahankan konsumennya. Menurut Kotler dan Keller (2012:138) loyalitas konsumen adalah 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 hal ini, Konsumen yang memiliki loyalitas adalah mereka yang sangat puas dengan produk dan pelayanan tertentu, sehingga mempunyai atusiasme untuk memperkenalkan kepada siapapun yang mereka kenal.

Cara yang dapat dilakukan pemilik usaha dalam menarik dan mempertahankan konsumen agar tetap memiliki loyalitas dengan memperhatikan lingkungan usahanya. Menurut Herry Achmad Buchory dan Djaslim Saladin (2010:46) lingkungan merupakan salah sat faktor yang sangat diperhitungkan dalam pengelolaan kegiatan bisnis.

Faktor berikutnya dalam menarik dan mempertahankan loyalitas konsumennya adalah harga. Menurut Kotler dan Amstrong (2014:312) harga yaitu jumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Harga menjadi salah satu pertimbangan konsumen sebelum melakukan pembelian. Ketika akan membeli barang, konsumen akan membandingkan harga barang yang akan dibeli. Strategi penetapan harga sangat penting untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk. Jika harga yang ditawarkan sesuai dengan yang diharapkan konsumen maka diharapkan konsumen akan memiliki loyalitas dalam berbelanja di Toko Podo Eling Desa Juwono Kecamatan Kertosono.

Selain lingkungan usaha dan harga, keragaman produk juga dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. Menurut James (2013:109) keragaman produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas dan

kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk setiap saat. Dalam hal ini, pemilik toko harus merencanakan strategi yang tepat mengenai keragaman produk yang dijual mulai dari merek, ukuran, kualitas dan ketersediaan produk setiap saat di toko sesuai dengan kebutuhan konsumennya.

Dengan demikian maka akan mempermudah konsumen dalam memilih dan membeli berbagai macam produk sesuai keinginannya dan diharapkan konsumen akan memiliki loyalitas dalam berbelanja di Toko Podo Eling Desa Juwono Kecamatan Kertosono.

Selain ketiga faktor diatas, hal yang tidak kalah pentingnya untuk menarik dan mempertahankan loyalitas konsumen adalah kualitas pelayanan. Menurut Kotler dan Keller (2012:153) kualitas pelayanan adalah model yang menggambarkan kondisi konsumen dalam bentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut dan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang diterima atau rasakan. Jika perusahaan melakukan sesuatu hal yang tidak sesuai dengan harapan konsumen, berarti perusahaan tersebut tidak memberikan kualitas pelayanan yang baik (Utami, 2014:291). Dengan memberikan pelayanan yang baik serta memuaskan para konsumen baik konsumen lama atau konsumen baru, maka akan dapat memberikan pengaruh yang besar bagi loyalitas konsumen dalam berbelanja di Toko Podo Eling Desa Juwono Kecamtan Kertosono.

Hal ini dapat disimpulkan dalam jurnal penelitian sebagai berikut :

1. Muchiba Indra Mayasari meneliti tentang Analisis Pengaruh Citra Supermarket terhadap Loyalitas Konsumen di Alfamart Boyolali ditinjau dari lingkungan fisik menyatakan bahwa lingkungan fisik memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.
2. Ervi Susanti (2015) meneliti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan Sambi Swalayan Ringinrejo Kediri menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.
3. Heri Dwi Cahyono (2012) meneliti tentang Pengaruh Keragaman Produk dan Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen di Indomaret Bangsalsari Kabupaten Jember menyatakan bahwa keragaman produk memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

4. Uswatun Kasanah (2016) meneliti tentang Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan pada Riski Tama Swalayan Ngadiluwih Kediri menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Menyadari pentingnya lingkungan usaha, harga, keragaman produk dan kualitas pelayanan dalam menciptakan loyalitas konsumen yang berdampak pada kelangsungan usaha, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **"Lingkungan Usaha, Harga, Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen di Toko Podo Eling Desa Juwono Kecamatan Kertosono".**

II. METODE

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah assosiatif kausal. Menurut Sugiyono (2012:23) penelitian assosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini terdapat variabel independen (mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi).

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012:8) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3. Tempat Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Toko Podo Eling Desa Juwono Kecamatan Kertosono.

4. Waktu Penelitian

Waktu dalam penelitian ini dilaksanakan selama 3 bulan, mulai bulan April sampai Juni 2018 di Toko Podo Eing Desa Juwono Kecamatan Kertosono.

5. Populasi

Menurut Sugiyono (2014:115) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah warga sekitar Desa Juwono yang

melakukan pembelian di Toko Podo Eling Desa Juwono Kecamatan Kertosono.

6. **Sampel**

Menurut sugiyono (2014:116) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sugiyono (2014) menyatakan bahwa sampel yang layak adalah berkisar antara 30 sampai dengan 500 responden. Maka dalam penelitian ini sampel yang digunakan 50 responden atau konsumen Toko Podo Eling Desa Juwono Kecamatan Kertosono.

7. **Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data**

Instrumen penelitian menurut Sugiyono (2015:156) merupakan alat ukur seperti tes, kuesioner, pedoman wawancara dan pedoman observasi yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data dalam suatu penelitian. Instrumen atau alat ukur dalam penelitian ini berupa kuesioner yang berisi butir-butir pertanyaan untuk dijawab oleh para subyek penelitian atau responden.

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2015:203) instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid, dengan kata lain instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji coba instrumen penelitian dilaksanakan pada 10 responden sehingga r_{tabel} sebesar 0,631. Jumlah pertanyaan dalam uji coba instrumen sebanyak 41 butir. Hasil skor butur pertanyaan untuk Loyalitas Konsumen, Lingkungan Usaha, Harga, Keragaman Produk dan Kualitas pelayanan dianalisis dengan menggunakan program SPSS IMB 23.

b. Uji Reabilitas

Menurut Sugiyono (2015:203) instrumen reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Suatu penelitian dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pengukuran terhadap suatu kelompok dengan subyek yang sama akan menghasilkan hasil akhir yang sama. Dalam penelitian ini menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika

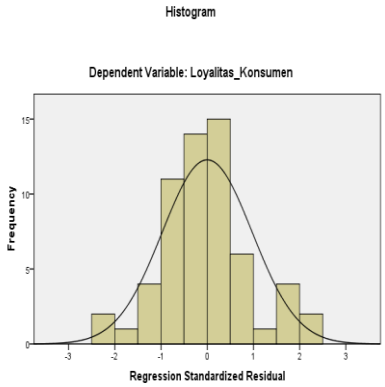
memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.70.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

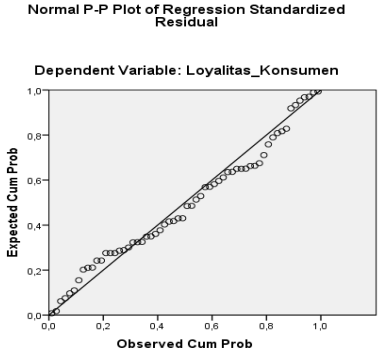
A. Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Apabila grafik histogram dan grafik *normal probability plot* menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.



Berdasarkan grafik Histogram 4.1 diatas menunjukkan sebaran data mengikuti pola kurva normal. Sehingga dapat disimpulkan data terdistribusi normal.



Berdasarkan grafik *normal probability plot* 4.2 diatas menunjukkan titik-titik atau data berada didekat atau mengikuti garis diagonalnya maka dapat dikatakan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

2. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).pada model regresi yang baik seharusnya antar variabel independen tidak terjadi korelasi. Model regresi dalam penelitian ini dapat memenuhi syarat apabila tidak terjadi multikolonieritas atau adanya korelasi diantara variabel bebas. Pengujian multikolonieritas ini dapat dilihat dari *tolerance value* atau *Variance Inflation Factor* (VIF) yaitu nilai *tolerance* ≥ 10 atau

sama dengan VIF ≤ 0,10 maka tidak terjadi multikolonieritas. Hasil pengujian multikolonieritas dapat dilihat sebagai berikut :

Coefficients[a]

	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Constant)		
Lingkungan_Usaha	,989	1,011
Harga	,983	1,017
Keragaman Produk	,961	1,041
Kualitas Pelayanan	,937	1,067

Dependent Variable: Loyalitas_Konsumen

Sumber : Data Primer Diolah Peneliti, 2018

Dari tabel 4.7 hasil uji multikolonieritas diatas dapat dilihat bahwa masing-masing variabel mempunyai *Tolerance* ≥ 0,10 dan nilai VIF ≤ 10 maka dapat disimpulkan bahwa data bebas dari multikolonieritas sehingga dapat dianalisa lebih lanjut.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mendeteksi adanya gejala heteroskedastisitas akan digunakan uji *glejser* yaitu meregresi masing-masing variabel independen dengan *absolute residual* sebagai variabel dependen. Menurut Ghozali (2016:137) metode regresi tidak mengandung heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi variabel bebasnya terhadap nilai absolute residual statistik diatas α = 0,05.

Coefficients[a]

Model		Sig.
1	(Constant)	,728
	Lingkungan_Usaha	,778
	Harga	,471
	Keragaman_Produk	,648
	Kualitas_Pelayanan	,184

a. Dependent Variable: ABS
Sumber : Data Primer Diolah Peneliti 2018

Berdasarkan tabel 4.8 hasil uji heteroskedastisitas diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikan masing-masing variabel lebih dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data bebas dari heteroskedastisitas dan dapat dianalisa lebih lanjut.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah sebuah analisis statistik yang dilakukan untuk mengetahui adakah korelasi variabel yang ada di dalam model prediksi, dengan perubahan waktu. Model regresi yang baik adalah

regresi yang bebas dari autokorelasi. Pengujian ini akan menggunakan uji Durbin Watson (DW test) yang mensyaratkan adanya konstanta (*intercept*) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi di antara variable *independent.* Berikut hasil uji autokorelasi :

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,607[a]	,369	,313	3,00045	2,065

Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Lingkungan_Usaha, Harga, Keragaman_Produk

Dependent Variable: Loyalitas_Konsumen

Berdasarkan hasil tabel 4.9 diatas terlihat bahwa nilai DW sebesar 2,065, nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel dengan menggunakan nilai signifikansi 5% jumlah sampel 50 (n) dan jumlah variabel independent 4 (k=4), maka di tabel Durbin Watson didapat nilai yaitu dl = 1,378 dan du = 1,721. Oleh karena nilai DW 2,065 lebih besar dari batas atas (du) 1,721 dan kurang dari 2,279 (4-du), maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi positif atau negatif atau dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi.

B. Analisis Regresi Linier berganda

Model yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah regresi berganda, hal ini sesuai dengan rumusan masalah, tujuan dan hipotesis penelitian ini. Metode regresi berganda menghubungkan satu variabel dengan beberapa variabel independen dalam suatu model prediktif tunggal. Berikut hasil analisis regresi inier berganda dengan menggunakan SPSS :

Coefficients[a]

Model		UnStandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	-23,186	13,098
	Lingkungan Usaha	,404	,175
	Harga	,372	,135
	Keragaman Produk	,527	,212
	Kualitas Pelayanan	,597	,255

a.Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber : Data Primer Diolah Peneliti 2018

Dari hasil output regresi tabel 4.10 diatas didapat regresi sebagai berikut :

$\hat{Y}$ = -23,186 + 0,404 X1 + 0,372 X2 + 0,527X3 + 0,597X4

Berdasarkan persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa :

a. Konstanta loyalitas konsumen sebesar -23,186 artinya nilai loyalitas konsumen sebesar -23,186 apa bila lingkungan

usaha, harga, keragaman produk dan kualitas pelayanan (konstan).

b. Lingkungan usaha mempunyai koefisien regresi bertanda positif sebesar 0,404 artinya apabila terjadi kenaikan lingkungan usaha sebesar 1 satuan maka akan menaikkan loyalitas konsumen sebesar 0,404 dengan asumsi harga, keragaman produk dan kualitas pelayanan tetap.

c. Harga mempunyai koefisien regresi bertanda positif sebesar 0,372 artinya apabila terjadi kenaikan harga sebesar 1 satuan maka akan menaikkan loyalitas konsumen sebesar 0,372 dengan asumsi lingkungan usaha, keragaman produk dan kualitas pelayanan tetap.

d. Keragaman produk mempunyai koefisien bertanda positif sebesar 0,527 artinya apabila terjadi kenaikan keragaman produk sebesar 1 satuan maka akan menaikkan loyalitas konsumen sebesar 0,527 dengan asumsi lingkungan usaha, harga dan kualitas pelayanan tetap.

e. Kualitas pelayanan mempunyai koefisien regresi bertanda positif sebesar 0,597 artinya apabila terjadi kenaikan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan maka akan menaikkan loyalitas konsumen sebesar 0,597 dengan asumsi lingkungan usaha, harga, keragaman produk tetap.

C. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis determinasi dalam regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi dependen. Regresi dengan dua atau lebih variabel independen digunakan *adjusted* R^2 sebagai koefisien determinasi. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat sebagai berikut :

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,607[a]	,369	,313	3,00045

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Lingkungan_Usaha, Harga, Keragaman_Produk

Pada tabel 4.11 diatas diperoleh nilai *adjusted* R^2 sebesar 0,313. Hal ini menunjukkan bahwa

variabel independen yaitu lingkungan usaha, haraga, keragaman produk dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan variasi variabel loyalitas konsumen sebesar 0,313 atau 31,3%. Sisanya sebesar 68,7% dijelaskan oleh faktor lain diluar variabel dalam penelitian ini.

D. Uji Hipotesis

1. Uji t

Pengujian secara parsial dilakukan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh salah satu variabel independen dengan variabel dependen dengan asumsi variabel lainnya konstan. Uji t dilihat dari tingkat signifikansi masing-masing variabel independen. Jika nilai sig dibawah 0,05, maka variabel independen tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji t dapat dilihat sebagai berikut :

Coefficients[a]

Model		t	Sig.
1	(Constant)	-1,770	,083
	Lingkungan_Usaha	2,304	,026
	Harga	2,743	,009
	Keragaman Produk	2,483	,017
	Kualitas Pelayanan	2,341	,024

a. Dependent Variable: Loyalitas_Konsumen
Sumber : Data Primer Diolah Peneliti 2018

Berdasarkan tabel 4.12 diatas dapat disimpulkan mengenai uji hipotesis secara parsial dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut :

a. Nilai signifikansi variabel lingkungan usaha sebesar 0,026. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka Ho ditolak. Sehingga dapat disimpukan bahwa lingkungan usaha berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen
b. Nilai signifikansi variabel harga sebesar 0,009. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka Ho ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.
c. Nilai signifikansi ariabel keragaman produk sebesar, 0,017. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka Ho ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

d. Nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan sebesar 0, 024. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

2. Uji F

Untuk mengetahui pengarh lingkungan usaha, harga, keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen maka perlu dilakukan pengujian secara simultan, yang dapat dilihat dari tabel ANOVA hasil pengolahan *SPSS for Windows ver. 23* sebagai berikut

ANOVA[a]

	Squares		Square		g.
Regression	236,557	4	59,139	6,569	,000[b]
l	405,123	45	9,003		
	641,680	49			

a. Dependent Variable: Loyalitas_Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lingkungan Usaha, Harga, Keragaman Produk

Sumber : Data Primer Diolah Peneliti 2018

Dari data tabel AOVA 4.13 diatas diperoleh nilai F-hitung sebesar 6, 569 dan nilai signifikansi uji F sebesar o,ooo karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka Ho ditolak dan dapat disimpulkan secara simultan terdapat pengaruh signifikan lingkungan usaha, harga, keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.

E. Pembahasan

1. Lingkungan Usaha Secara Parsial Memiliki Pengaruh Terhadap Loyalitas Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lingkungan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen yang dibuktikan dengan nilai koefisien regresi lingkungan usaha sebesar 0,404 dan signifikansi 0,026 lebih kecil dari 0,05.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mayasari (2010) yang menyatakan lingkungan fisik berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

2. Harga Secara Parsial Memiliki Pengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga

berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen yang dibuktikan dengan nilai koefisien regresi harga sebesar 0,372 dan signifikansi 0,009 lebih kecil dari 0,05.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Susanti (2015) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

3. **Keragaman Produk Secara Parsial Memiliki Pengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Konsumen**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen yang dibuktikan dengan nilai koefisien regresi keragaman produk sebesar 0,527 dan signifikansi 0,017 lebih kecil dari 0,05.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahyono (2012) yang menyatakan bahwa keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

4. **Kualitas Pelayanan Secara Parsial Memiliki Pengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Konsumen**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan erpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen yang dibuktikan dengan nilai koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,597 dan signifikansi 0,024 lebih kecil dari 0,05.

Hasil ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Uswatun Kasanah (2016) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

5. **Lingkungan Usaha, Harga, Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Memiliki Pengaruh Terhadap Loyalitas Konsumen**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh secara simultan antara lingkungan usaha, harga,

keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen yang dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 6,569 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.

Koefsien determinasi diperoleh sebesar 0,313 menunjukkan terjadinya loyalitas konsumen sebesar 31,3% dipengaruhi lingkungan usaha harga, keragaman produk dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya sebesar 68,7% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian.

Diantara variabel lingkungan usaha, harga, keragaman produk dan kualitas pelayanan yang mempunyai pengaruh paling kuat adalah kualitas pelayanan, karena nilai koefisien regresinya paling besar dari pada lingkungan usaha, harga dan keragaman produk.

F. Kesimpulan

1. Lingkungan usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.
2. Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.
3. Keragaman produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.
4. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.
5. Lingkungan usaha, harga, keragaman produk dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen.

G. Saran

1. Bagi Toko Podo Eling

   Diharapkan Toko Podo Eling dapat mempertahankan serta meningkatkan lingkungan usaha, harga, keragaman produk dan kualitas pelayanan agar konsumen semakin loyal terutama kualitas pelayanan yang pengaruhnya paling besar terhadap loyalitas konsumen
2. Bagi peneliti berikutnya

   Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terhadap faktor-faktor selain lingkungan usaha, harga, keragaman produk dan kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Toko Podo

Eling. Hal ini dikarenakan dalam penelitian ini hanya mampu menjelaskan 31,3% variasi loyalitas konsumen. Penelitian ini belum memasukkan variabel atas aspek lain yang mungkin dapat mempengaruhi dan menyempurnakan hasil penelitian ini misalnya atmosfer dan kualitas produk.

IV. Daftar Pustaka

Alma, B 2015. Manajemen Pemasaran Jasa. Bandung : Alfabeta.

Buchory, Herry Achmad.; Sladin, Djaslim. 2010. Manajemen Strategil, Linda Karya. Bandung.

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

Ghozali, Imam. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Semarang : Badan Peneliti Universitas Diponegoro.

Kotler, Philip & Gerry Amstrong, (2014): Principle Of Marketing, 15th edition. New Jersey:Pearson Preice Hall.

Kotler dan Keller. 2013. Manajemen Pemasaran. Jilid 2. Edisi ke-13. Jakarta : Erlangga.

Lupiyoadi, R (2013). Manajemen Pemasaran (Vol.III). Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono.2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Dan R&D. Bandung:Alfabeta.

Sugiyono(2015), Metode Penelitian Dan Pengenbangan (Research and Development / R&D), Cetakan ke-1, Alfabeta Bandung.

Utami, Christina Whidya. 2014. Manajemen Ritel. Jakarta :Salemba Empat.