

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN INDOMARET DI WILAYAH
KECAMATAN PUGER KABUPATEN JEMBER**

Oleh:

**Devi Ayu Lestari
NIM 12.10.411.020**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari dua variabel yaitu keragaman produk, dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Hipotesis dalam penelitian ini keragaman produk, dan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan secara simultan maupun secara parsial. Objek penelitian ini adalah pelanggan Indomaret di wilayah kecamatan Puger Kabupaten Jember dengan jumlah 90 responden menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan kuesioner. Analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis (uji F, uji t, koefisien determinasi). Hasil penelitian menunjukkan bahwa keragaman produk, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dan keragaman produk, dan kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: keragaman produk, kualitas produk, dan loyalitas pelanggan

ABSTRACT

This study aimed to determine the effect of two variables, they are variety of product and service quality toward customers loyalty. Hypothesis in this research is variety of product and service quality influential toward customers loyalty according to simultaneous or partial. This research object it's indomart customers of Puger district with use 90 respondent's technique using is purposive sampling. Technique has been selected as a using Observation, interview, and questionnaire were used as a tool in data collection method. The analysis used in this research includes validity test, reliability test, classic assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test), multiple linear regression analysis and test of hypothesis (F-test, t-test and the coefficient of determination). The result from this research extended that variety of product and service quality has impact together toward customers loyalty or simultaneous and variety of product and service quality was significance influential toward customers loyalty.

Key words: *variety of product, service quality and customers loyalty*

2. Pendahuluan

Proses perkembangan dunia usaha yang semakin pesat sekarang ini menyebabkan terjadinya persaingan pasar yang semakin ketat. Dengan adanya persaingan pasar ini sebuah organisasi bisnis (perusahaan) dituntut untuk dapat mengambil langkah-langkah yang tepat agar dapat beradaptasi terhadap perubahan iklim usaha yang sangat dinamis. Seiring perkembangan zaman keberadaan bisnis eceran ditengah-tengah masyarakat menjadi semakin penting. Hal ini disebabkan karena adanya perubahan dalam pola berbelanja masyarakat yang semakin selektif, selain itu juga karena adanya perubahan cara pandang konsumen terhadap bisnis ritel itu sendiri. Bisnis ritel yang secara tradisional dipandang sebatas penyedia barang dan jasa telah berkembang menjadi tidak sekedar tempat berbelanja tetapi juga tempat rekreasi dan bersosialisasi, sebagai konsekuensinya bisnis ritel yang semula dikelola secara tradisional berubah menjadi bisnis yang semakin inovatif, dinamis, dan kompetitif (Suhartanto dan Nuralia, 2001:27). Perubahan gaya hidup masyarakat inilah yang melatar belakangi hadir dan berkembangnya bisnis retail

Pandangan tersebut menguatkan pernyataan Berman dan Evans (2007) bahwa seorang pengecer berusaha memuaskan pemasok dengan cara membeli beberapa jenis produk mereka yang jumlahnya terbatas akan tetapi dalam jumlah yang lebih besar. Pengecer memuaskan konsumen mereka dengan cara menawarkan berbagai macam jenis barang dan jasa, yang dikumpulkan dari sejumlah sumber, kemudian dijual dalam jumlah yang kecil-kecil. Hal tersebut dapat memengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian.

Konsumen dan pelanggan merupakan mitra utama bagi pemasar, seorang dapat dikatakan sebagai pelanggan apabila orang tersebut mulai membiasakan diri

untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh badan usaha. Kebiasaan tersebut dapat dibangun melalui pembelian berulang dalam jangka waktu tertentu, apabila dalam jangka waktu tertentu tidak melakukan pembelian ulang maka orang tersebut tidak dapat dikatakan sebagai pelanggan tetapi sebagai seorang pembeli (Musanto, 2004).

Salah satu kunci dalam persaingan diantara bisnis retail adalah produk yang beragam. Oleh karena itu, pengecer harus membuat keputusan yang tepat mengenai keragaman produk yang di jual, karena dengan adanya macam-macam produk dalam arti produk yang lengkap mulai dari merek, ukuran, kualitas dan ketersediaan produk. Dengan hal tersebut memudahkan konsumen dalam memilih dan membeli berbagai macam produk sesuai keinginan mereka. Sesuatu yang diinginkan konsumen adalah bagaimana cara untuk mendapatkan barang-barang yang dibutuhkan serta menyediakan beranekaragaman produk dan alternatif pilihan, harga yang bersaing pelayanan dan fasilitas yang memuaskan serta suasana belanja yang nyaman semuanya terdapat dalam minimarket.

Di samping memperhatikan keragaman produk perusahaan yang bergerak dibidang retail harus juga berupaya untuk memberikan pelayanan yang baik, sebab pelayanan yang berkualitas merupakan salah satu cara untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Pelayanan harus diperhatikan karena dalam memilih suatu produk atau jasa konsumen selalu berupaya untuk memaksimalkan nilai yang disarankan. Apabila konsumen merasa nilai yang disarankan lebih tinggi daripada yang diharapkan maka konsumen akan merasa puas dan cenderung loyal (Nursanah, 2010).

Pentingnya loyalitas pelanggan dalam pemasaran tidak diragukan lagi. Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka (Hurriyati, 2005).

Besarnya kesempatan dan peluang yang menjanjikan dari pangsa pasar *retail* tersebut serta didukung pula oleh banyaknya sumber daya yang ada membuat pengusaha *retail* ini semakin populer. Sehingga sangat memungkinkan dalam industri makanan ini memunculkan terjadinya persaingan bisnis yang sangat ketat baik bagi para pemasar maupun para produsen produk tersebut.

Kini di kota bahkan desa di Indonesia, bisnis retail mulai banyak dilirik kalangan pengusaha, sebab memiliki pengaruh positif terhadap jumlah lapangan pekerjaan dan keuntungannya yang menjanjikan, dengan sistem pemasaran format *self service*, yaitu konsumen membayar di kasir yang telah disediakan. Adanya sentuhan teknologi, yang terintegrasi pada perangkat lunak (*software*), memudahkan pencatatan dengan menggunakan komputer, baik itu pencatatan aktifitas dan transaksi dari administrator, kasir, kepala gudang dan lain sebagainya, membuat manajemen atau pengelolannya rapi dan terkontrol serta laporan transaksi dapat di evaluasi setiap bulannya. Dari aspek sosialnya, menciptakan budaya baru dalam berbelanja, yaitu adanya atmosfer berbelanja yang lebih bersih dan nyaman.

Indomaret merupakan salah satu usaha retail modern atau minimarket yang menawarkan berbagai macam barang mulai dari makanan, sembako sampai peralatan dapur tersedia lengkap. Selain itu, fasilitas swalayan dan *store atmosphere* memberikan kenyamanan tersendiri bagi pelanggan untuk memilih barang-barang yang diinginkan.

Saat ini Indomaret berkembang sangat pesat dengan jumlah gerai mencapai lebih dari 9.096 gerai, terdiri dari 40% gerai milik terwaralaba dan 60% gerai milik Perusahaan. Sebagian besar pasokan barang dagangan untuk seluruh gerai berasal dari 22 pusat distribusi Indomaret yang menyediakan lebih dari 4.800 jenis produk (<http://Indomaret.co.id/korporat/sejarah-dan-visi.html>).

Di Jember, Indomaret merupakan salah satu minimarket yang tersebar di seluruh pelosok kota, bahkan saat ini sudah masuk ke desa-desa. Hampir bisa dipastikan disetiap jalan raya kita dapat menemukan Indomaret, bahkan di jalan yang ramai dan dekat dengan pemukiman dapat ditemukan Indomaret. Bertambahnya gerai Indomaret yang sangat cepat bak jamur di musim hujan cukup menarik untuk diperhatikan. Seakan-akan terjadi pergeseran pola belanja dimasyarakat, pergeseran tersebut lebih mengarah kepada kecenderungan untuk lebih memilih belanja di Indomaret. Hal inilah yang membuat Indomaret bertambah subur.

Menjamurnya Indomaret disisi lain juga membawa efek buruk, salah satunya adalah dengan menurunnya konsumen toko yang menjual barang kelontong dan sembako, atau selanjutnya kita sebut toko retail tradisional. Terlihat jelas bahwa saat ini toko retail tradisional terlihat lebih sepi dibandingkan sebelum Indomaret menjamur. Hal inilah yang seharusnya menjadi perhatian pihak pemerintah bagaimana seharusnya menjaga persaingan yang sehat antara toko retail tradisional dengan Indomaret. Jangan sampai gerai Indomaret bertambah namun menyebabkan toko retail tradisional yang sudah buka dari dulu kemudian bangkrut karena berpindahnya konsumen ke Indomaret.

Toko retail tradisional yang biasanya memiliki modal kecil tentunya juga memiliki keterbatasan untuk menyediakan berbagai barang-barang yang dibutuhkan masyarakat. Lain halnya dengan Indomaret, estimasi investasi toko baru memiliki syarat investasi Rp 394.000.000 untuk investor yang sudah memiliki calon lokasi dan syarat investasi kisaran Rp 600.000.000 untuk investor yang belum memiliki calon lokasi. (<http://Indomaret.co.id/waralaba/info-waralaba/investasi.html>).

Selain itu peneliti mengamati bahwa perilaku konsumen terhadap pelaku usaha ritel ini dimana konsumen dalam penelitian ini adalah warga kecamatan Puger Jember yang cukup banyak yang berbelanja di toko ritel. Banyak dari warga kecamatan Puger Jember yang berbelanja di Indomaret. Berikut ini adalah survey terhadap 100 warga kecamatan Puger Jember yang berbelanja di toko ritel:

Tabel 2.1: Warga Kecamatan Puger Jember Yang Berbelanja di Toko Ritel

No	Jenis Ritel	Jumlah Pelanggan	Persentase
1	Indomaret	52	52%
2	Alfamart	31	31%
3	Lain-lain	17	17%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah Januari 2016

Dari tabel 1.1 dapat diketahui bahwa dari 100 pelanggan yang di survey diketahui jumlah pelanggan yang berbelanja di Indomaret berjumlah 52 orang. Sedangkan jumlah pelanggan yang berbelanja di Alfamart berjumlah 31 orang dan sisanya sebesar 17 orang berbelanja di toko ritel tradisional. Berdasar hasil survey dan wawancara alasan mengapa para pelanggan berbelanja di Indomaret adalah harga yang lebih murah dari pada Alfamart, pelayanan yang lebih baik daripada toko ritel tradisional dan adanya kemudahan untuk berbelanja dengan adanya Indomaret *card*.

Namun jika kita cermati lagi, terdapat sebuah fenomena yang lebih menarik untuk diteliti. Kotler dan Amstrong (2001) menyatakan bahwa hubungan antara harga dengan keputusan pembelian yaitu harga mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, semakin tinggi harga maka keputusan pembelian semakin rendah, sebaliknya jika harga rendah keputusan pembelian berubah semakin tinggi. Pernyataan tersebut diperkuat oleh hasil penelitian Anita (2012) dan Doni (2013) bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Fakta menarik bahwa fenomena yang akan diteliti bertentangan dengan teori dan hasil penelitian tersebut. Produk yang dijual Indomaret dan produk yang dijual toko retail tradisional adalah sama. Namun Indomaret memberikan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan toko retail tradisional. Namun walaupun Indomaret memberikan harga yang lebih tinggi, Indomaret tetap diminati oleh banyak kalangan dan banyak konsumen yang berbelanja di Indomaret.

Tabel 1.2: Hasil Observasi di Indomaret

No	Variabel	Kategori	Keterangan
1	Produk	<i>Food</i>	<i>Snack</i> , coklat, minyak goreng, minuman, es krim, biskuit, buah, bumbu masak, roti, mie instan, telur, rokok, susu, dan lainnya.
		<i>Non food</i>	Detergen, pasta gigi, sikat gigi, sabun mandi, parfum, kosmetik, <i>baby & kids care</i> , alat tulis, obat-obatan, alat kebersihan, dan lainnya.
2	Pelayanan	SOP (<i>Standart Opersional Prosedure</i>)	Salam sapa “ selamat datang dan selamat berbelanja” dan mengucapkan “terima kasih silahkan belanja kembali” ketika pelanggan selesai berbelanja
		Fasilitas	Keranjang belanja, AC dan mesin ATM

Sumber: Data Primer yang Diolah Januari 2016

Keanekaragaman produk yang ditawarkan oleh Indomaret ternyata menjadi pertimbangan bagi pelanggan untuk berbelanja di Indomaret. Ketika pelanggan membutuhkan beberapa produk, semua produk yang diperlukan

tersebut disediakan oleh Indomaret. Jadi kemudahan mendapatkan beberapa produk di satu tempat menjadi pertimbangan utama pelanggan ketika akan berbelanja produk yang sering menjadi pilihan banyak pelanggan adalah paket semabako, karena dalam paket tersebut terdapat banyak aneka produk namun dengan harga yang relatif murah. Yang kedua adalah faktor layanan yang ada di Indomaret, yaitu keramahan dari karyawan ketika menyambut pelanggan yang datang dapat menciptakan rasa nyaman di hati pelanggan. Selain itu kelengkapan fasilitas seperti keranjang untuk belanja dan adanya mesin ATM untuk penarikan uang tunai, menjadi alasan kenyamanan pelanggan untuk selalu berbelanja di Indomaret.

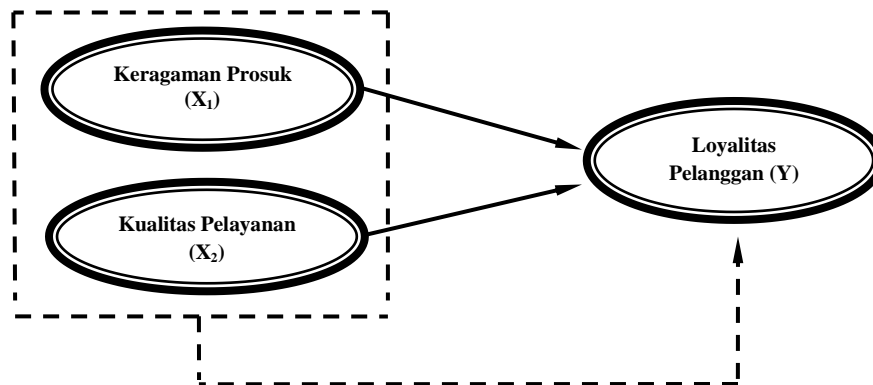
Daerah Puger memiliki wilayah yang cukup luas, memanjang dari pesisir barat sampai pesisir timur bagian selatan Kabupaten Jember. Di kecamatan Puger sendiri terdapat 3 Indomaret yang lokasi masing-masing beralamat di Jalan Mayor Adi Dharma Nomer 21, Jalan Ahmad Yani Nomer 8, dan Jalan Raya Puger nomer 15. Alasan memilih lokasi ini dikarenakan daerah kecamatan Puger itu sendiri ketiga lokasi Indomaret yang akan dijadikan objek penelitian berdekatan dengan pasar tradisional. Pertimbangan yang kedua adalah letak ketiga Indomaret tersebut yang berdekatan antara Indomaret yang satu dengan yang lain. Dan yang terakhir adalah karena masyarakat Puger yang masih tergolong awam mengenai pemahaman bisnis ritel itu sendiri.

Dalam penelitian sebelumnya, menurut Cahyono dan Sutikno, dalam penelitiannya Pengaruh Keragaman Produk Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Di Indomaret (2012) di Bangsalsari dan Jepara, disimpulkan bahwa loyalitas konsumen sebagai variable terikat dipengaruhi secara signifikan oleh variable bebas keragaman produk. Variable terikat loyalitas pelanggan juga dipengaruhi secara signifikan oleh variable bebas pelayanan. Paparan tersebut semakin menguatkan dugaan peneliti bahwa variable kualitas layanan, keragaman produk berpengaruh dalam menentukan loyalitas pelanggan...

3. Metode Penelitian

Berdasarkan uraian teori dan penelitian terdahulu yang telah dilakukan, maka peneliti merumuskan dua hipotesis dalam penelitian ini, yaitu:

- H1 Keragaman produk dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Indomaret di wilayah Kecamatan Puger Kabupaten Jember.
- H2 Keragaman produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Indomaret di wilayah Kecamatan Puger Kabupaten Jember.



Gambar 3.1: Kerangka Konsep Penelitian
Sumber: Dikembangkan Oleh Peneliti

Keterangan: - - - - ► Simultan
 ———► Parsial

Populasi ialah sejumlah penduduk atau individu yang paling sedikit mempunyai suatu sifat yang sama. Jadi populasi adalah jumlah keseluruhan dan unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga (Kuncoro, 2009). Berdasarkan pendapat ahli tersebut, populasi dalam penelitian ini adalah populasi yang menurut sifatnya merupakan populasi yang homogen. Dan populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Indomaret di wilayah Kecamatan Puger Kabupaten Jember yang beralamat di Jalan Mayor Adi Dharma Nomer 21, Jalan Ahmad Yani Nomer 8, dan Jalan Raya Puger nomer 15. Sampel adalah merupakan bagian kecil dari suatu populasi. Dalam penelitian ini sampel yang diambil diharapkan dapat menggambarkan hasil yang sesungguhnya dari populasi. Jumlah sampel yang digunakan sebagai sampel adalah 90 pelanggan. Acuan umum untuk menentukan ukuran sampel, jika sampel dipecah ke dalam subsampel (lokasi,1,2,3), ukuran sampel minimum 30 untuk tiap kategori adalah tepat (Sekaran, 2006). Teknik sampling yang digunakan adalah *Purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan dan pertimbangan tertentu. Teknik *purposive sampling* ini berdasarkan penilaian terhadap beberapa karakteristik responden yang disesuaikan dengan maksud penelitian (Sugiyono, 2012).

Alat analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Analisis Regresi Linier Berganda
 Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013).
- b. Uji F
 Dalam penelitian ini uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independent secara bersama-sama (simultan) terdapat variabel dependent (Ghozali, 2013).

c. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara X dan Y apakah variabel bebas benar-benar berpengaruh terhadap variabel terikatnya secara terpisah atau parsial (Ghozali, 2013).

4. Hasil Dan Pembahasan

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan estimasi regresi linier berganda dengan program SPSS versi 22,0 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.1: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

No	Variabel	Koefisien Regresi	t hitung	Signifikansi
1	Konstanta	6,214	3,848	0,000
2	Keragaman Produk (X_1)	0,260	2,977	0,004
3	Kualitas Pelayanan (X_2)	0,403	4,367	0,000

Sumber: Hasil Olah Data Dengan SPSS 22.0

Berdasarkan tabel 4.1 yaitu hasil analisis regresi linier berganda dapat diketahui persamaan regresi yang terbentuk adalah:

$$Y = 6,214 + 0,260 X_1 + 0,403 X_2$$

Keterangan:

- Y = Loyalitas pelanggan
- X_1 = Keragaman produk
- X_2 = Kualitas pelayanan

Dari persamaan tersebut dapat diartikan bahwa:

1. Konstanta = 6,214 menunjukkan besaran loyalitas pelanggan 6,214 satuan pada saat keragaman produk dan kualitas pelayanan sama dengan nol.
2. $\beta_1 = 0,260$ artinya meningkatnya keragaman produk per 0,260 satuan akan meningkatkan loyalitas pelanggan apabila kualitas pelayanan sama dengan nol.
3. $\beta_2 = 0,403$ artinya meningkatnya kualitas pelayanan per 0,403 satuan akan meningkatkan loyalitas pelanggan apabila keragaman produk sama dengan nol.

b. Uji F

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama diuji dengan menggunakan uji F. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, signifikansi lebih kecil dari batas signifikansi dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebagai kriteria penilaian pengujian hipotesis. Hasil uji tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.2: Hasil Uji F

No	Kriteria		Keterangan
1	F hitung (24,041)	F tabel (3,1001)	Signifikan
2	Nilai signifikansi (0,000)	Taraf signifikansi (0,05)	Signifikan

Sumber: Hasil Olah Data Dengan SPSS 22.0

Berdasar tabel 4.2 dilihat bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($24,041 > 3,1001$) maka keragaman produk dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada tingkat signifikan 5%, dalam hal ini H_0 ditolak..

c. Uji t

Hipotesis dalam penelitian ini diuji kebenarannya dengan menggunakan uji parsial. Pengujian dilakukan dengan melihat statistik t_{hitung} dengan nilai statistik t_{tabel} dan taraf signifikansi (p -value), jika taraf signifikansi yang dihasilkan dari perhitungan di bawah 0,05 maka hipotesis diterima, sebaliknya jika taraf signifikansi hasil hitung lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak.

Tabel 4.3: Hasil Uji t

No	Variabel	Uji t			Keterangan	
		Signifikansi Hitung	Taraf Signifikansi	t hitung		t tabel
1	Keragaman Produk	0,004	0,05	2,977	1,6624	Signifikan
2	Kualitas Pelayanan	0,000	0,05	4,367	1,6624	Signifikan

Sumber: Hasil Olah Data Dengan SPSS 22.0

Dari tabel 4.3, diketahui perbandingan antara taraf signifikansi dengan signifikansi tabel adalah sebagai berikut:

1. Hasil uji keragaman produk mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0,004 dan lebih kecil dari 0,05 dan $t_{hitung} (2,977) > t_{tabel} (1,6624)$ yang berarti bahwa hipotesis keragaman produk mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan diterima.
2. Hasil uji kualitas pelayanan mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 dan $t_{hitung} (4,367) > t_{tabel} (1,6624)$ yang berarti bahwa hipotesis kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan diterima.

d. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik, penjelasan dari masing-masing pengaruh variabel dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh secara parsial keragaman produk, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
 - a. Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh keragaman produk terhadap loyalitas pelanggan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar

0,004 dan lebih kecil dari 0,05 yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa keragaman produk mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

- b. Hasil pengujian hipotesis membuktikan terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

2. Pengaruh keragaman produk, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh keragaman produk, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa keragaman produk, dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

5. Kesimpulan Dan Saran

a. Kesimpulan

Dari pengujian secara statistik yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Keragaman produk dan kualitas layanan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hasil pengujian ini mendukung hipotesis yang menyatakan keragaman produk dan kualitas layanan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan
2. Keragaman produk dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hasil pengujian ini mendukung hipotesis yang menyatakan keragaman produk dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

b. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka saran yang dapat diberikan pada Indomaret di wilayah kecamatan Puger Jember dari penelitian ini, yaitu hendaknya perusahaan dalam upaya menjaga loyalitas pelanggannya lebih menitikberatkan pada keragaman produk dan kualitas layanan, sehingga dengan lebih memerhatikan keragaman produk dan kualitas layanan diharapkan akhirnya akan dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan.

Adapun yang perlu diperhatikan oleh Indomaret di wilayah kecamatan Puger Jember terkait aspek-aspek keragaman produk dan kualitas layanan yang mengacu pengisian kuesioner oleh pelanggan Indomaret di wilayah kecamatan Puger Jember meliputi:

1. Keragaman produk
Produk yang dijual agar lebih lengkap agar pelanggan selalu mendapatkan barang yang diperlukan ketika berbelanja di Indomaret, hanya menjual produk unggulan, memperbanyak macam ukuran produk yang ditawarkan dalam satu jenis, dan hanya menjual produk yang memiliki standart bagus atau SNI
2. Kualitas pelayanan,
Mengadakan pendidikan dan pelatihan *softskill* agar petugas harus selalu sigap membantu pelanggan, semua petugas harus lebih terampil, komunikasi selalu terjalin dengan baik antara pelanggan dengan petugas, dan kecepatan layanan menjadi keutamaan dari petugas di Indomaret

DAFTAR PUSTAKA

- Anita, Tri Pratiwi. 2012. *Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Membeli Produk Meubel Pojoksari – Jember*. Laporan Penelitian Universitas Muhammadiyah Jember (Tidak Dipublikasikan).
- Doni, Hariadi. 2013. *Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Projector Microvision*. Laporan Penelitian Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya (Tidak Dipublikasikan).
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hurriyati, R. 2005. **Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen**. Cetakan Pertama.CV Alfabeta. Bandung.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2001. **Prinsip-Prinsip Pemasaran**. Erlangga. Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajat. 2009. **Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi**. Erlangga. Jakarta.
- Musanto. 2004. *Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya)*. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Volume 6, Nomor 2, September 2004, halaman 123–136.
- Nursanah. 2010. *Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Hero Supermarket*. Laporan Penelitian Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta (Tidak Dipublikasikan).
- Sekaran, Uma. 2006. **Research Methods For Business**. Jilid 1. Edisi 4. Salemba Empat, Jakarta.
- Sugiyono, 2012. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D**. Alfabeta. Bandung.
- www.Indomaret.co.id