

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan di industri ritel Indonesia semakin menunjukkan intensitas yang meningkat seiring dengan perkembangan ekonomi negara dan perubahan dalam pola perilaku konsumen saat berinteraksi serta bertransaksi. Adanya kemajuan teknologi informasi, akses yang lebih mudah ke berbagai saluran penjualan, serta meningkatnya harapan konsumen tentang kualitas produk dan layanan, telah mendorong pelaku ritel untuk terus menyesuaikan diri. Toko yang spesifik menjual alat tulis dan perlengkapan kantor, khususnya, menghadapi berbagai tantangan dalam menjaga kelangsungan bisnis mereka di tengah persaingan yang semakin ketat, baik dari toko konvensional lain maupun dari platform ritel modern dan online. Dalam kondisi kompetisi ini, perhatian terhadap loyalitas pelanggan menjadi faktor yang sangat penting bagi keberlangsungan dan pertumbuhan bisnis. Konsumen yang menunjukkan loyalitas tinggi tidak hanya cenderung melakukan pembelian berulang kali, tetapi juga memiliki potensi untuk menjadi agen promosi tak langsung melalui penyampaian informasi serta rekomendasi positif mengenai produk atau kualitas layanan yang mereka terima kepada orang lain. Dengan demikian, loyalitas pelanggan dapat memberikan dampak yang signifikan bagi peningkatan kinerja dan daya saing Perusahaan (Pertiwi *et al.* 2022).

Di era sekarang, usaha untuk membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan memerlukan pendekatan yang menyeluruh, terencana, dan berkelanjutan. Hal ini disebabkan karena semakin banyak pilihan toko yang tersedia bagi konsumen, masing-masing menawarkan harga, keragaman produk, dan kualitas layanan yang bersaing dan menarik. Oleh karena itu, pelaku usaha dituntut untuk memahami secara mendalam kebutuhan dan harapan pelanggan serta merancang strategi yang sesuai untuk membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan antara perusahaan dan pelanggan (Dewa Ayu Dwi Pratiwi Widiyanti 2024).

Loyalitas pelanggan adalah salah satu ukuran keberhasilan sebuah usaha yang mencerminkan kemampuan perusahaan untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggannya. Berdasarkan penelitian (M. Zidan Supandi *et al* 2024) loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh sejumlah faktor penting seperti kualitas layanan, persepsi tentang harga, dan tingkat kepuasan pelanggan. Pelanggan yang setia cenderung tidak cepat berpindah ke pesaing meskipun ada tawaran yang lebih menarik, karena mereka telah membangun kepercayaan serta ikatan emosional dengan toko tersebut. Dalam sektor ritel alat tulis, menciptakan loyalitas pelanggan sangat penting mengingat produk yang relatif serupa dan mudah ditemukan di banyak tempat, sehingga perbedaan tidak hanya terletak pada produk, tetapi juga pada aspek-aspek lain yang memberikan nilai tambah bagi pelanggan.

Persepsi tentang harga, kualitas pelayanan, dan keragaman produk adalah faktor utama yang saling mendukung dalam menciptakan loyalitas pelanggan di *Family stationery*. Persepsi mengenai harga sangat penting karena pelanggan yang membeli alat tulis dan perlengkapan kantor, khususnya di kalangan pelajar, mahasiswa, dan para profesional, cenderung peka terhadap harga jika harga dianggap sepadan atau lebih baik, pelanggan akan lebih termotivasi

untuk kembali berbelanja. Kualitas pelayanan berfungsi sebagai faktor pembeda dalam bisnis ritel lokal, yang ditandai dengan sikap ramah dari staf, kecepatan transaksi, kemudahan dalam mengakses produk, dan respons yang baik terhadap keluhan, yang semuanya menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan. Di sisi lain, keragaman produk memperkuat posisi toko sebagai pusat belanja lengkap dengan menawarkan berbagai kebutuhan dalam satu lokasi, sehingga meningkatkan kenyamanan dan pola belanja pelanggan. Sejalan dengan hasil wawancara dengan pemilik menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut adalah penentu utama loyalitas pelanggan di Toko *Family stationery* karena secara bersamaan membentuk persepsi nilai dan pengalaman berbelanja yang mendorong konsumen untuk membeli kembali serta menjalin hubungan jangka panjang.

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari sebuah produk atau layanan. Selain berfungsi sebagai metode pembayaran, harga juga menggambarkan seberapa besar nilai yang dirasakan oleh konsumen terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Di samping itu, harga berfungsi sebagai simbol kualitas, terutama ketika pelanggan mengalami kesulitan dalam menilai kualitas secara langsung. Kenaikan harga biasanya terkait dengan anggapan kualitas dan ketangguhan yang lebih baik. Maka dari itu, penentuan harga yang bersaing dan sejalan dengan nilai yang diberikan dapat memperbesar ketertarikan untuk membeli dan memengaruhi keputusan pembelian konsumen (Nendy Pratama Agusfianto 2024).

Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa baik layanan dihadirkan dan seberapa efektif perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Pengimplementasian standar layanan yang tinggi menjadi strategi kunci untuk meningkatkan daya saing dan membedakan perusahaan dari kompetitornya. Kualitas pelayanan dianggap baik jika layanan yang disediakan dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan pengguna. Pelayanan yang stabil, responsif, dan fokus pada kepuasan pengguna akan menciptakan pengalaman yang menyenangkan, sehingga memfasilitasi terciptanya hubungan jangka panjang antara pengguna dan Perusahaan (Chotimatul Kusna and Datien Eriska Utami 2025).

Keragaman produk yang ditawarkan mencerminkan banyaknya opsi yang disediakan oleh perusahaan untuk memenuhi aneka kebutuhan dan preferensi para konsumen. Penyediaan barang yang bervariasi memungkinkan perusahaan untuk menjangkau lebih banyak segmen pasar serta memperkuat posisi kompetitif di dalam industri. Dari sudut pandang konseptual, barang terdiri dari tiga lapisan. Pertama, barang inti, yang merupakan keuntungan utama yang diharapkan oleh konsumen, seperti kemudahan dalam penggunaan dan tingkat kenyamanan. Kedua, barang aktual, yang mencakup bentuk fisik dan karakteristik barang, termasuk merek, kualitas, fitur, kemasan, dan desain. Ketiga, barang tambahan, yaitu layanan pendukung seperti garansi dan layanan purna jual yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan (Muhammad Ivan Satriawan and Mila Hariani 2025).

Toko *Family stationery* Banyuwangi adalah sebuah bisnis ritel yang menjual alat tulis dan peralatan kantor. Usaha ini menghadapi kompetisi yang semakin ketat di dunia bisnis, sehingga mempertahankan loyalitas pelanggan menjadi hal yang sangat penting untuk kelangsungan usaha. Namun, dari pengamatan awal, terlihat bahwa tingkat loyalitas pelanggan

tampaknya belum mencapai yang diharapkan, yang dipengaruhi oleh beberapa faktor utama. Pertama, pandangan mengenai harga yang belum sepenuhnya bersaing dibandingkan dengan toko lain yang serupa, membuat pelanggan mudah membandingkan harga dan berpindah ke pilihan lain jika menemukan harga yang lebih rendah. Kedua, kualitas pelayanan yang belum optimal, terutama dalam hal seberapa cepat karyawan merespons, kelancaran pelayanan, pengetahuan tentang produk, dan cara menangani keluhan, semua ini dapat menurunkan tingkat kepuasan pelanggan. Ketiga, kurangnya keragaman produk, baik dalam kategori, merek, maupun ketersediaan barang, yang menghalangi terciptanya pengalaman berbelanja yang menyeluruh. Ketiga aspek ini saling terkait dan dianggap berpengaruh terhadap keputusan pelanggan untuk membeli kembali serta loyalitas mereka di Toko *Family stationery* Banyuwangi.

Dalam konteks *Family stationery* Banyuwangi, memahami faktor-faktor yang berperan dalam loyalitas pelanggan menjadi sangat penting untuk merancang strategi bisnis yang efektif. Banyuwangi daerah yang sedang berkembang di Jawa Timur memiliki karakteristik pasar yang beragam, yang mencakup konsumen dari berbagai kalangan, mulai dari pelajar hingga profesional, baik di area perkotaan maupun pedesaan. Pertumbuhan di sektor pendidikan dan ekonomi meningkatkan kebutuhan akan alat tulis dan perlengkapan kantor, namun juga memperketat persaingan dengan munculnya toko fisik dan platform online. Perubahan dalam perilaku belanja konsumen, terutama di kalangan generasi muda, menunjukkan kecenderungan yang lebih kritis dan selektif saat memilih produk. Konsumen kini tidak hanya memperhatikan harga, tetapi juga kualitas layanan, kenyamanan saat berbelanja, serta keberagaman produk yang ditawarkan. Kemudahan akses informasi yang tersedia di internet semakin mendukung konsumen untuk membandingkan berbagai pilihan toko. Oleh karena itu, sangat penting untuk melakukan penelitian yang terstruktur dan berbasis data untuk mengenali faktor-faktor yang paling berpengaruh dalam pembentukan loyalitas pelanggan di *Family stationery* Banyuwangi.

Family stationery adalah sebuah toko alat tulis dan perlengkapan kantor yang telah beroperasi sejak tahun 2006 dan terletak di Desa Sepanjang, Kecamatan Glenmore, Kabupaten Banyuwangi. Toko ini melayani beragam segmen pelanggan, mulai dari siswa dan mahasiswa hingga para profesional dan perusahaan, dengan menawarkan berbagai kebutuhan untuk pendidikan dan dunia kerja. Sebagai sebuah bisnis ritel alat tulis yang ada di Banyuwangi, *Family stationery* harus menghadapi kompetisi yang cukup ketat, baik dari toko tradisional, ritel modern, maupun platform jual beli online yang memberikan kemudahan akses serta variasi barang. Situasi ini memaksa *Family stationery* untuk terus meningkatkan daya saing dengan cara melakukan inovasi dan mereview strategi bisnis, terutama di sektor pemasaran dan pelayanan untuk pelanggan. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, seperti pandangan tentang harga, kualitas pelayanan, dan keragaman produk, adalah hal yang sangat penting dalam merancang strategi pemasaran yang efektif dan berkelanjutan.

Table 1.1 Perbandingan Antar Usaha Sejenis

No	Nama Toko Alat Tulis	Rating Pelanggan
1	Toko <i>Family stationery</i>	4,0 (44 ulasan)
2	Gemati Stationery	4,4 (11 ulasan)
3	Toko AB	4,4 (5 ulasan)
4	Aida	4,3 (3 ulasan)

Sumber: Data Google Maps, 2023

Data ini memberikan wawasan tentang tingkat persaingan di antara berbagai usaha ritel alat tulis yang beroperasi dalam pasar yang sama. Informasi yang ada mencakup nama-nama toko serta penilaian pelanggan yang diperoleh dari komentar konsumen, sehingga dapat membantu dalam menilai posisi masing-masing usaha di mata konsumen.

Adapun rincian data yang tercantum adalah sebagai berikut:

1. Toko *Family stationery* memperoleh rating 4,0 dari 44 ulasan.
2. Gemati Stationery memperoleh rating 4,4 dari 11 ulasan.
3. Toko AB memperoleh rating 4,4 dari 5 ulasan.
4. Aida memperoleh rating 4,3 dari 3 ulasan.

Secara keseluruhan, informasi tersebut menunjukkan bahwa terdapat persaingan yang ketat antara usaha alat tulis. Meskipun Toko *Family stationery* menerima jumlah ulasan tertinggi (44 ulasan), nilai rating yang diraihinya (4,0) masih lebih rendah daripada beberapa pesaing lain, seperti Gemati Stationery dan Toko AB yang memiliki rating 4,4. Ini mengindikasikan bahwa dalam hal pandangan terhadap kualitas layanan atau kepuasan konsumen, beberapa kompetitor mendapatkan penilaian yang lebih baik meskipun jumlah ulasan mereka tidak sebanyak itu. Jumlah ulasan yang lebih tinggi di Toko *Family stationery* dapat menjadi tanda bahwa toko ini memiliki lebih banyak pelanggan atau tingkat interaksi yang lebih intensif dibandingkan dengan kompetitornya. Namun, rating yang lebih rendah dibandingkan pesaing menunjukkan bahwa ada ruang untuk perbaikan, terutama dalam hal pelayanan, kualitas barang, dan keseluruhan pengalaman berbelanja bagi pelanggan. Oleh karena itu, isi dari tabel tersebut menggarisbawahi adanya persaingan diantara usaha serupa, di mana setiap toko berusaha untuk mendapatkan penilaian dan kepercayaan pelanggan yang lebih baik. Data rating dan ulasan dari pelanggan dapat digunakan sebagai indikator awal dalam mengkaji posisi kompetitif masing-masing toko di dalam pasar.

Berikut ialah volume penjualan pada Toko *Family stationery* periode 2023-2025.

Table 1.2 Data Penjualan Pada Toko *Family stationery* Priode 2023-2025

No	Bulan	Data Penjualan (Dalam Rupiah)		
		2023	2024	2025
1	Januari	128.100.600	141.036.800	169.426.900
2	Februari	109.427.500	140.531.000	140.305.500
3	Maret	109.256.633	99.257.300	85.477.000
4	April	91.224.533	109.722.000	157.137.000
5	Mei	154.315.140	132.512.000	152.957.000
6	Juni	142.566.920	144.891.900	174.450.000
7	Juli	393.676.640	436.544.800	431.035.500
8	Agustus	158.405.000	179.847.000	190.273.500
9	September	119.547.902	180.564.000	179.526.750
10	Oktober	146.559.000	164.701.500	152.437.500
11	November	129.022.450	146.642.500	153.848.000
12	Desember	138.794.250	144.922.500	129.610.500
Jumlah		1.820.896.568	2.021.173.300	2.106.485.150

Sumber: Owner Toko Family stationery

Data penjualan bulanan dari Toko *Family stationery* selama satu tahun dirangkum dalam satuan rupiah dan dimanfaatkan untuk menilai efektivitas bisnis. Penjualan dari bulan pertama hingga bulan terakhir memperlihatkan variasi yang mencerminkan perubahan dalam permintaan konsumen, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor musiman dan kebutuhan khusus, seperti awal tahun ajaran baru. Bulan Juli mencatat jumlah penjualan tertinggi, menandakan lonjakan permintaan untuk alat tulis seiring dengan meningkatnya kegiatan pendidikan. Di sisi lain, bulan-bulan lainnya menunjukkan tingkat penjualan yang cenderung lebih rendah dan stabil. Total penjualan tahunan yang terkumpul menggambarkan performa keseluruhan toko selama periode tersebut dan berfungsi sebagai acuan dalam merencanakan strategi pemasaran, pengelolaan stok, serta pengambilan keputusan manajerial di waktu yang akan datang.

Penelitian yang dilakukan oleh (Nendy Pratama Agusfianto 2024) mengindikasikan bahwa persepsi harga memiliki dampak penting terhadap loyalitas pelanggan. Dalam sektor ritel perlengkapan tulis, pelanggan biasanya membandingkan harga di berbagai toko sebelum melakukan transaksi, terutama ketika membeli dalam jumlah banyak atau barang yang bernilai tinggi. Pandangan positif terhadap harga muncul ketika pelanggan merasa bahwa biaya yang dikeluarkan sebanding dengan manfaat yang diterima, sehingga hal ini mendorong mereka untuk melakukan pembelian kembali dan menjaga loyalitas dalam jangka waktu panjang. penelitian yang dilakukan oleh (WahyuAri Ramadhani and Prawoto 2023) juga menunjukkan bahwa pandangan mengenai harga mempengaruhi loyalitas pelanggan, baik secara langsung maupun melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel perantara. Hasil penelitian ini menegaskan pentingnya pandangan harga dalam berbagai jenis bisnis, termasuk dalam ritel perlengkapan tulis. Oleh sebab itu, bagi *Family stationery*, memahami pandangan harga dari

pelanggan adalah hal dasar yang penting dalam merancang strategi penetapan harga yang kompetitif serta dalam menyampaikan nilai produk dengan cara yang efektif.

Kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam membangun loyalitas pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh (Dewi Sinta Nanda and Agus Kusnawan 2023) di ACE Hardware Indonesia mengungkapkan bahwa pelayanan berkualitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas layanan ini mencakup kebersihan serta kenyamanan gerai, kecepatan dalam proses transaksi, keramahan dan responsivitas staf, serta kemampuan pegawai dalam memberikan informasi dan menangani masalah yang dihadapi pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh (Chotimatul Kusna and Datien Eriska Utami 2025) juga menunjukkan bahwa pelayanan berkualitas serta persepsi terkait harga memengaruhi loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel penghubung. Hal ini mengindikasikan bahwa layanan yang baik dapat meningkatkan tingkat kepuasan, yang pada gilirannya berkontribusi pada loyalitas pelanggan. Bagi *Family stationery*, memberikan layanan yang terbaik dapat menciptakan pengalaman belanja yang menyenangkan dan berkesan, khususnya untuk pelanggan institusi seperti perusahaan dan lembaga pendidikan. Staf yang terampil, memiliki pengetahuan tentang produk, dan mampu memberikan rekomendasi yang tepat berperan penting dalam membangun kepercayaan serta loyalitas pelanggan dalam waktu yang lama.

Keragaman produk merupakan faktor yang sangat penting dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh (Muhammad Ivan Satriawan and Mila Hariani 2025) menunjukkan bahwa keragaman produk berperan penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Keragaman produk ini meliputi variasi dalam jenis, merek, ukuran, warna, dan spesifikasi barang yang ditawarkan guna memenuhi beragam kebutuhan konsumen. Dalam konteks toko alat tulis, keragaman kebutuhan pelanggan dapat sangat luas, mulai dari alat tulis dasar hingga perlengkapan kantor dan barang kreatif yang lebih khusus. Toko yang menawarkan berbagai produk secara menyeluruh biasanya lebih menarik bagi pelanggan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Mega Sulistiowati *et al.* 2025) juga menunjukkan bahwa keragaman produk memberikan dampak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Untuk *Family stationery*, kelengkapan produk tidak hanya mencakup barang-barang yang biasa digunakan, tetapi juga produk-produk khusus untuk segmen tertentu, sehingga menjadikan toko sebagai pusat belanja untuk alat tulis dan perlengkapan kantor yang lengkap. Di samping itu, persepsi harga, kualitas pelayanan, dan keragaman produk saling berhubungan dalam membentuk pengalaman belanja bagi konsumen. Pelanggan mengevaluasi toko berdasarkan gabungan ketiga elemen ini, bukan secara terpisah. Harga yang lebih tinggi bisa diterima jika disertai dengan pelayanan yang memuaskan dan pilihan produk yang bervariasi, sedangkan harga yang rendah kurang efektif tanpa dukungan layanan yang baik dan keragaman produk yang cukup. Maka dari itu, ketiga faktor ini secara kolektif mempengaruhi persepsi nilai, tingkat kepuasan, serta loyalitas pelanggan.

Meskipun sudah banyak berbagai studi telah meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, seperti persepsi harga, kualitas pelayanan, dan keragaman produk, hasil-hasil yang ada masih menampilkan beragam kesimpulan dan belum ada konsistensi. Beberapa

penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga dan kualitas pelayanan memiliki dampak yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sementara penelitian lainnya mengungkapkan bahwa pengaruh tersebut tidak selalu signifikan ketika diukur secara terpisah. Situasi serupa juga berlaku pada variabel keragaman produk yang dalam beberapa penelitian terbukti dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, tetapi dalam studi-studi lain tidak menemukan dampak yang signifikan. Selain itu, banyak penelitian sebelumnya dilakukan di berbagai sektor bisnis, seperti ritel modern dan toko online (e-commerce), sehingga hasilnya mungkin tidak dapat diterapkan secara universal dalam konteks usaha ritel alat tulis, khususnya untuk usaha kecil dan menengah. Penelitian yang secara spesifik mengkaji loyalitas pelanggan pada toko alat tulis tradisional masih cukup terbatas, terutama di wilayah berkembang seperti Banyuwangi. Oleh karena itu, penelitian ini dirancang untuk menjembatani kekurangan tersebut dengan menganalisis secara empiris pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan, dan keragaman produk terhadap loyalitas pelanggan di Toko *Family stationery* Banyuwangi untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam konteks usaha ritel alat tulis di Banyuwangi.

Pentingnya penelitian ini terletak pada pengaruhnya terhadap berlanjutnya usaha *Family stationery* di tengah persaingan yang semakin ketat. Loyalitas pelanggan menjadi faktor penting dalam keberhasilan usaha karena biaya untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada terasa lebih rendah dibandingkan dengan usaha menarik pelanggan baru. Pelanggan yang setia biasanya melakukan pembelian berulang, memiliki nilai yang lebih tinggi dalam jangka panjang, dan memberikan ulasan positif kepada orang lain. Dengan memahami faktor-faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, *Family stationery* dapat merancang strategi dan program loyalitas yang lebih efisien, sehingga bisa mendukung pertumbuhan serta peningkatan keuntungan usaha dalam waktu yang lebih Panjang.

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perkembangan ilmu pengetahuan. Pertama, penelitian ini bisa memperdalam kajian empiris tentang loyalitas pelanggan dalam sektor ritel kecil dan menengah di Indonesia, khususnya toko alat tulis tradisional di wilayah berkembang seperti Banyuwangi yang masih jarang diteliti. Kedua, penelitian ini turut memperkaya literatur dengan melakukan pengujian secara bersamaan pada tiga variabel utama, yaitu persepsi harga, kualitas pelayanan, dan keragaman produk, sehingga memberikan pemahaman yang lebih utuh tentang faktor-faktor yang membentuk loyalitas pelanggan. Ketiga, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi akademis bagi penelitian selanjutnya dalam memahami perilaku konsumen di ritel tradisional, terutama di wilayah nonperkotaan, serta menjadi landasan untuk mengembangkan atau menyempurnakan model teoritis yang sesuai dengan konteks lokal.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yakni:

1. Apakah persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko *Family stationery* Banyuwangi?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko *Family stationery* Banyuwangi?
3. Apakah keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko *Family stationery* Banyuwangi?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah ditetapkan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan pada Toko *Family stationery* Banyuwangi.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko *Family stationery* Banyuwangi.
3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap loyalitas pelanggan pada Toko *Family stationery* Banyuwangi.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari segi teori maupun praktik, yaitu:

1. Manfaat Teoritis
 - a) Memberikan kontribusi bagi perkembangan pengetahuan di sektor manajemen pemasaran, terutama yang berhubungan dengan perilaku konsumen dan loyalitas pelanggan di sektor ritel alat tulis.
 - b) Menambah wawasan dalam literatur akademis tentang dampak persepsi harga, kualitas layanan, dan keragaman produk terhadap loyalitas pelanggan dalam lingkungan bisnis ritel di Indonesia.
 - c) Menjadi acuan dan sumber informasi bagi peneliti lain yang berminat untuk melakukan kajian lebih lanjut mengenai tema yang sama atau yang berhubungan dengan loyalitas pelanggan dalam berbagai bidang bisnis.
 - d) Memberikan dukungan empiris terhadap teori dan model yang telah dibuat oleh peneliti sebelumnya dengan mempertimbangkan konteks geografis dan industri tertentu.
2. Manfaat Praktis

Untuk Toko *Family stationery* Banyuwangi:

 - a) Menyediakan informasi dan wawasan berharga bagi pihak manajemen dalam merancang strategi pemasaran dan operasional yang lebih efisien guna meningkatkan loyalitas pelanggan.

- b) Membantu manajemen dalam mengenali faktor-faktor kunci yang mesti diutamakan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, sehingga sumber daya dapat dilakukan dengan lebih efisien.
 - c) Menjadi landasan bagi pengembangan program loyalitas pelanggan dan strategi retensi yang lebih fokus dan tepat.
 - d) Memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pandangan dan harapan pelanggan terkait harga, pelayanan, dan keragaman produk yang tersedia.
3. Untuk Pelaku Usaha Ritel Lainnya
- a) Berfungsi sebagai referensi dan tolak ukur bagi pelaku usaha ritel alat tulis lain dalam merumuskan strategi guna memperkuat loyalitas pelanggan.
 - b) Menyediakan penjelasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam sektor ritel alat tulis yang dapat disesuaikan dengan konteks usaha masing-masing.
4. Untuk Akademisi dan Mahasiswa
- a) Berfungsi sebagai sumber referensi dan bahan bacaan untuk studi dan riset lebih mendalam dalam bidang manajemen pemasaran dan perilaku konsumen.
 - b) Menawarkan ilustrasi penerapan praktis dari teori-teori pemasaran dalam situasi bisnis yang sesungguhnya.