



## Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Dina Swalayan Pace Nganjuk (Cv. Anugerah Maju Sejahtera)

Fika Arum Septiana<sup>1</sup>, Erwin Syahputra<sup>2</sup>, Rike Kusuma Wardhani<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kadiri

Email: [vikaarum06@gmail.com](mailto:vikaarum06@gmail.com) [erwinsyahputra@uniska-kadiri.ac.id](mailto:erwinsyahputra@uniska-kadiri.ac.id)  
[rikekusuma@uniska.kediri.ac.id](mailto:rikekusuma@uniska.kediri.ac.id)

**Abstract:** This research aims to determine partially and simultaneously the independent variables Product Completeness, Price and Service Quality on the dependent variable customer loyalty at Dina Swalayan (Cv. Anugerah Maju Sejahtera) Plosoharjo Pace Nganjuk. The type of research used is quantitative research with a survey method which is carried out to find numerical data as a medium for processing research data using statistical tests. The research population is all customers who have made purchases with a total population over three months, namely an estimated 870 customers. The sampling technique used was the Non Probability sampling method with a sample size of 90 respondents. The data sources for this research are primary data and secondary data by taking questionnaires directly to customers. The methods used in carrying out the analysis are validity, reliability, classical assumptions, multiple regression, T test, F test, coefficient of determination R<sup>2</sup>. The results of the research show: There is a partial influence of product completeness (X1) on customer loyalty (Y) by showing that the t test results obtained a Sig value.  $0.000 < 0.005$  then H<sub>0</sub> is rejected and H<sub>a</sub> is accepted. The partial influence of price (X2) on customer loyalty (Y) by showing the results of the t test obtained a Sig value.  $0.000 < 0.05$  then H<sub>0</sub> is rejected and H<sub>a</sub> is accepted. The partial influence of service quality (X3) on customer loyalty (Y) shows that the t test results obtained a Sig value.  $0.000 < 0.05$  then H<sub>0</sub> is rejected and H<sub>a</sub> is accepted. The simultaneous influence of product completeness (X1), price (X2), and service quality (X3) on customer loyalty by showing the F test results obtained a Sig value.  $0.000 < 0.05$ .

**Keywords:** Product Completeness, Price, Service Quality, Customer Loyalty

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara parsial dan simultan antara variabel independen Kelengkapan produk, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap variabel dependen loyalitas pelanggan pada Dina Swalayan (Cv. Anugerah Maju Sejahtera) Plosoharjo Pace Nganjuk. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode survey yang dilakukan untuk menemukan sebuah data angka sebagai media pengolahan data penelitian dengan menggunakan uji statistik. Populasi penelitian seluruh pelanggan yang pernah melakukan pembelian dengan total keseluruhan populasi selama tiga bulan yaitu perkiraan berjumlah 870 pelanggan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah menggunakan metode *Non Probability sampling* dengan jumlah sampel responden sebanyak 90 orang. Sumber data penelitian ini adalah data primer dan data sekunder dengan mengambil kuesioner langsung pada pelanggan. Metode yang digunakan dalam melakukan analisis adalah uji validitas, realibilitas, asumsi klasik, regresi berganda, uji T, uji F, koefisien determinasi R<sup>2</sup>. Hasil dari penelitian menunjukkan : Terdapat pengaruh secara parsial kelengkapan produk (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y) dengan menunjukkan hasil uji t diperoleh nilai Sig.  $0,000 < 0,005$  maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Pengaruh secara parsial harga (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) dengan menunjukkan hasil uji t diperoleh nilai Sig.  $0,000 < 0,05$  maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Pengaruh secara parsial kualitas layanan (X3) terhadap loyalitas pelanggan (Y) menunjukkan hasil uji t diperoleh nilai Sig.  $0,000 < 0,05$  maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Pengaruh secara simultan kelengkapan produk (X1), harga (X2), dan kualitas layanan (X3) terhadap loyalitas pelanggan dengan menunjukkan hasil uji F diperoleh nilai Sig.  $0,000 < 0,05$ .

**Kata kunci :** Kelengkapan Produk, Harga, Kualitas Layanan, Loyalitas Pelangga

### PENDAHULUAN

Pada Era Globalisasi sekarang ini pertumbuhan perekonomian berkembang secara cepat terutama didunia bisnis salah satunya yaitu dunia bisnis perdagangan atau ritel. Perkembangan bisnis ritel di Indonesia saat ini mulai bertransformasi dari bisnis ritel tradisional menuju bisnis ritel modern. Perkembangan bisnis ritel modern di Indonesia sudah semakin menjamur hampir di seluruh wilayah Indonesia, hal tersebut dapat terlihat dari

Received April 30, 2024; Accepted Mei 16, 2024; Published Juni 30, 2024

\* Fika Arum Septiana, [vikaarum06@gmail.com](mailto:vikaarum06@gmail.com)

banyaknya supermarket, yang saat ini sudah berkembang di berbagai kota-kota bahkan hingga sampai ke plosok kota. Oleh karena itu banyak peritel besar mengamati perkembangan globalisasi, khususnya perkembangan yang berpengaruh pada kehidupan masyarakat. Syarat yang harus dipenuhi perusahaan agar sukses dalam persaingan adalah mencapai tujuan tersebut dengan mengimplementasikan pelayanan yang memuaskan dan mempertahankan pelanggan dengan menciptakan citra yang baik di hati pelanggan yang nantinya akan menimbulkan loyalitas pelanggan. Hal ini bisa dicapai oleh suatu perusahaan melalui upaya menghasilkan dan menyampaikan barang yang diinginkan pelanggan, Kegiatan tersebut sangat tergantung pada perusahaan atau sebagai atribut dalam kelengkapan produk seperti harga produk, pelayanan umum, dan perilaku pelanggan dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli. Untuk mempertahankan kinerja bisnis, banyak peritel berupaya memberikan kepuasan untuk mempertahankan pelanggannya (Woen & Santoso,2021).

Akan tetapi, saat ini memuaskan pelanggan saja tidak cukup karena kepuasan pelanggan tidak selalu memberikan jaminan bahwa pelanggan akan loyal (Pewarti,et al.,2022). Perusahaan ritel harus menawarkan keberagaman produk yang cukup untuk memuaskan kebutuhan dan harapan konsumen, Fungsi penting dari perusahaan ritel adalah memberikan pilihan secara berhati-hati tentang produk yang dijual kemudian dapat memenuhi kebutuhan maupun keinginan pelanggan dan sesuai sasarannya. Ketersediaan barang dalam suatu pasar swalayan meliputi variasi merk yang banyak, tipe dan ukuran kemasan barang yang dijual, Sebuah pasar swalayan kelengkapan barang dagangan merupakan faktor yang penting untuk menarik pelanggan, Meskipun harga jual lebih tinggi dari pasar swalayan lainnya, tetapi karena lengkapnya barang yang dijual maka, pasar swalayan banyak menarik para pengunjung. Semakin lengkap sebuah pasar swalayan maka semakin memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, sehingga pelanggan akan memutuskan untuk melakukan pembelian produk. Selain itu perusahaan juga dituntut memuaskan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang sesuai serta bernilai tambah bagi pelanggan (Ramadhoni, 2021) yang dikutip dari jurnal (economic,Accounting Vol. 6, No. 1 2023). Kualitas layanan yang baik akan menciptakan kepuasan pelanggan. Sehingga kualitas layanan yang baik serta kepuasan pelanggan tersebut dapat mempengaruhi intensitas kunjungan pelanggan pada kesempatan berikutnya pada badan usaha yang bersangkutan. Kualitas layanan adalah permulaan dari kepuasan pelanggan. Pelanggan dalam menentukan kualitas layanan tidak hanya berdasarkan pada hasil dari suatu layanan tersebut tetapi juga memperhatikan proses pemberian layanan tersebut.

Dina Swalayan (Cv. Anugerah Maju Sejahtera) merupakan salah satu perusahaan ritel berbentuk swalayan yang memiliki Strategi tersendiri dalam menghadapi persaingan, dari

aspek harga dengan menetapkan aspek harga yang relative murah dan terjangkau, bahkan untuk kalangan menengah kabawah dan menengah keatas. Kemudian untuk aspek lokasi sangat strategis berada di pinggir jalan raya untuk memudahkan konsumen dan pelanggan yang akan berkunjung untuk berbelanja.

## **LANDASAN TEORI**

### **Pengertian Manajemen**

Manajemen secara pengertian, sebagaimana dikemukakan oleh Mary Parker Follet, (dalam Sule dan Saefullaah,2018:5) adalah seni dalam menyelesaikan sesuatu melalui orang lain. *Management is the art of getting things done through people*. Segala sesuatu yang perlu dilakukan dalam rangka pencapaian tujuan tertentu sangat beragam, tergantung dari jenis sebuah organisasi.

### **Pengertian Pemasaran**

Sedangkan Menurut *American Marketing Association* (AMA) pada tahun 2008, merumuskan bahwa pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan sekumpulan proses untuk menciptakan, mengomunikasikan dan men-*deliver* nilai untuk pelanggan, serta manajemen hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemegang kepentingan. Tujuan akhir dari bisnis pemasaran adalah membuat transaksi penjualan.

### **Manajemen Pemasaran**

Terjadi sukses atau tidaknya pemasaran tergantung dari Manajemen pemasarannya dengan adanya manajemen pemasaran yang baik perusahaan akan menjadi sukses, dalam hal ini manajemen pemasaran menjadi pedoman dalam menjalankan kelangsungan hidup perusahaan. Pengertian manajemen pemasaran (*marketing management*) Menurut Kotler dan Keller (2009:5) Menyatakan “sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, memperhatikan, serta menumbuhkan pelanggan dan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul”.

### **Kelengkapan Produk**

Kelengkapan produk adalah kegiatan pengadaan barang-barang yang sesuai dengan bisnis yang dijalani toko/perusahaan (produk berbasis makanan, pakaian, barang kebutuhan rumah, produk umum, dan lain-lain atau kombinasi) untuk disediakan dalam toko pada jumlah, waktu, dan harga yang sesuai untuk mencapai sasaran toko atau perusahaan ritel (Ma'aruf,2005:135).

### **Harga**

Harga merupakan unsur yang paling terpenting dan berbeda dengan unsur lainnya dalam bauran pemasaran, harga merupakan unsur yang memiliki sifat menghasilkan atau mendapatkan pemasukan. Secara Umum, harga didefinisikan sebagai nilai yang dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh atau mendapatkan barang atau jasa. (Alma, 2018:171) Menyatakan “bahwa harga merupakan nilai yang ditukarkan konsumen dalam memperoleh atau memiliki suatu produk atau jasa”.

### **Kualitas Layanan**

Kualitas Pelayanan adalah harapan konsumen saat proses penyediaan produk yang diterima, Merupakan salah satu cara memenangkan persaingan, pada upaya memberikan layanan terhadap pelanggan. Menurut (Tjiptono,dkk. (2015:121) “Jika pelayanan yang diberikan cukup baik tidak menutup kemungkinan konsumen tersebut akan kembali membeli lagi”.

## **METODE PENELITIAN**

### **Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian yang dilakukan secara terencana dan sistematis untuk mendapatkan jawaban pemecah masalah terhadap fenomena penelitian yang telah ditetapkan jawaban pemecah masalah terhadap fenomena penelitian yang telah ditetapkan oleh peneliti, maka penelitian ini adalah kuantitatif dengan cara menyebar kuisisioner pada konsumen di Dina Swalayan, (survei pada Konsumen Dina Swalayan cabang Plosoharjo, Pace Nganjuk).

### **Jenis Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan metode survey, Jenis data yang digunakan Pada Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Kuantitatif yang diperoleh dalam bentuk angka atau skor jawaban terhadap pertanyaan yang diberikan, Metode penelitian kuantitatif adalah metode yang mengandalkan pengukuran objektif dan analisis matematis (statistik) terhadap sampel data yang diperoleh melalui kuisisioner, jejak pendapat tes, atau instrumen penelitian lainnya untuk membuktikan atau menguji hipotesis (dugaan sementara) yang diajukan dalam penelitian. Menurut (Slitonga et al., 2020) Mengatakan metode penelitian Kuantitatif adalah jenis metode penelitian dengan berlandaskan pada filsafat positivisme (mengandalkan empirisme) yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara acak (*random*), Pengumpulan data menggunakan instrument penelitian objektif, dan analisis data bersifat jumlah atau banyaknya (kuantitatif) atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut (Sugiyono,2010:8) Metode

tersebut mendasari pada data penelitiannya berupa angka-angka dan analisisnya menggunakan statistik. Metode penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi dalam sebuah lokasi yang menjadi sebuah objek penelitian.

### Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti memilih lokasi yang dijadikan objek penelitian ini yaitu salah satu swalayan atau tempat perbelanjaan seperti sembako dan kebutuhan alat rumah tangga, perlengkapan sekolah dll, yang berada di daerah Nganjuk bernama Dina Swalayan desa plosoharjo, kecamatan Pace Kabupaten Nganjuk. Dina Swalayan yang tepatnya terletak di Jl. Raya Plosoharjo, Pace, RT 01 RW 02 Dusun Gajah Belor Desa Plosoharjo Kecamatan Pace Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur, Indonesia 64483. Alasan memilih tempat penelitian ini dikarenakan tersedianya kelengkapan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini sehingga dapat mempermudah dan membantu kelancaran dalam melakukan penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Statistik

#### Uji Validitas

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Validitas**

| Variabel                   | Item | Nilai Korelasi<br>( <i>Pearson<br/>Corellation</i> ) | Probabilitas<br>Korelasi (sig 2-<br><i>tailed</i> ) | Kesimpulan |
|----------------------------|------|--|---|------------|
| Kelengkapan Produk<br>(X1) | X1.1 | 0,771  | 0,000   | Valid      |
|                            | X1.2 | 0,827  | 0,000   | Valid      |
|                            | X1.3 | 0,803  | 0,000   | Valid      |
|                            | X1.4 | 0,835  | 0,000   | Valid      |
| Harga (X2)                 | X2.1 | 0,763  | 0,000   | Valid      |
|                            | X2.2 | 0,757  | 0,000   | Valid      |
|                            | X2.3 | 0,662  | 0,000   | Valid      |
|                            | X2.4 | 0,779  | 0,000   | Valid      |
|                            | X2.5 | 0,748  | 0,000   | Valid      |
|                            | X2.6 | 0,848  | 0,000   | Valid      |
|                            | X2.7 | 0,762  | 0,000   | Valid      |
|                            | X2.8 | 0,657  | 0,000   | Valid      |
|                            | X2.9 | 0,668  | 0,000   | Valid      |
| Kualitas layanan (X3)      | X3.1 | 0,542  | 0,000   | Valid      |
|                            | X3.2 | 0,752  | 0,000   | Valid      |

engaruh Kelengkapan Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Dina Swalayan Pace Nganjuk(Cv. Anugerah Maju Sejahtera)

|                         |       |       |       |       |
|-------------------------|-------|-------|-------|-------|
|                         | X3.3  | 0,746 | 0,000 | Valid |
|                         | X3.4  | 0,701 | 0,000 | Valid |
|                         | X3.5  | 0,666 | 0,000 | Valid |
|                         | X3.6  | 0,749 | 0,000 | Valid |
|                         | X3.7  | 0,703 | 0,000 | Valid |
|                         | X3.8  | 0,766 | 0,000 | Valid |
|                         | X3.9  | 0,724 | 0,000 | Valid |
|                         | X3.10 | 0,679 | 0,000 | Valid |
|                         | X3.11 | 0,757 | 0,000 | Valid |
|                         | X3.12 | 0,658 | 0,000 | Valid |
|                         | X3.13 | 0,684 | 0,000 | Valid |
|                         | X3.14 | 0,665 | 0,000 | Valid |
|                         | X3.15 | 0,645 | 0,000 | Valid |
| Loyalitas Pelanggan (Y) | Y.1   | 0,624 | 0,000 | Valid |
|                         | Y.2   | 0,766 | 0,000 | Valid |
|                         | Y.3   | 0,795 | 0,000 | Valid |
|                         | Y.4   | 0,790 | 0,000 | Valid |
|                         | Y.5   | 0,767 | 0,000 | Valid |
|                         | Y.6   | 0,619 | 0,000 | Valid |
|                         | Y.7   | 0,700 | 0,000 | Valid |
|                         | Y.8   | 0,786 | 0,000 | Valid |
|                         | Y.9   | 0,774 | 0,000 | Valid |
|                         | Y.10  | 0,718 | 0,000 | Valid |

Sumber : SPSS versi 25 (Data diolah,2023)

Dari tabel 1 menunjukkan pengujian validitas diperoleh hasil bahwa taraf signifikan tiap item di bawah 0,05. Dari hasil tersebut maka semua item pernyataan dari variabel yang digunakan oleh peneliti yakni kelengkapan produk (X1), harga (X2), kualitas layanan (X3) dan loyalitas pelanggan (Y) adalah valid.

### Uji Reliabilitas

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

| Variabel                | Cronbach Alpha | Keterangan |
|-------------------------|----------------|------------|
| Kelengkapan Produk (X1) | 0,818          | Reliabel   |
| Harga (X2)              | 0,774          | Reliabel   |
| Kualitas Layanan (X3)   | 0,763          | Reliabel   |
| Loyalitas Konsumen (Y)  | 0,774          | Reliabel   |

Sumber : SPSS versi 25 (Data diolah,2023)

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan hasil *Cronbach Alpha* dari variabel kelengkapan produk (X1), harga (X2), kualitas layanan (X3) dan loyalitas pelanggan (Y) memiliki nilai lebih besar dari 0,60. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan oleh peneliti sudah realibel.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas menggunakan tingkat signifikan 0,05 maka jika nilai sig > 0,05 dikatakan data berdistribusi normal, dan jika sig < 0,05 maka data dikatakan tidak berdistribusi normal.

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Normalitas**

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test |                         |                         |      |
|------------------------------------|-------------------------|-------------------------|------|
|                                    |                         | Unstandardized Residual |      |
| N                                  |                         | 90                      |      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>   | Mean                    | .0000000                |      |
|                                    | Std. Deviation          | 3.02205930              |      |
| Most Extreme Differences           | Absolute                | .127                    |      |
|                                    | Positive                | .127                    |      |
|                                    | Negative                | -.109                   |      |
| Test Statistic                     |                         | .127                    |      |
| Asymp. Sig. (2-tailed)             |                         | .001 <sup>c</sup>       |      |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed)        | Sig.                    | .105 <sup>d</sup>       |      |
|                                    | 99% Confidence Interval | Lower Bound             | .097 |
|                                    |                         | Upper Bound             | .113 |

Sumber : SPSS versi 25 (Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 3 hasil uji normalitas dengan pengujian *One sample Kolmogorov-Smirnov Test* menunjukkan nilai sig. Sebesar 0,105. Hasil nilai sig.  $0,105 > 0,05$  maka dapat disimpulkan nilai residual berdistribusi normal karena memenuhi syarat uji normalitas.

#### Uji Linearitas

Uji linieritas dapat dijalankan melalui *Test Of Linearity*. Kriteria yang berlaku jika nilai Sig pada Linearity < 0,05 maka terdapat hubungan linear.

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Linearitas**

| Variabel                | Sig ( <i>Deviation from Linearity</i> ) | Keterangan |
|-------------------------|---|------------|
| Kelengkapan Produk (X1) | 0,177                                   | Linear     |
| Harga (X2)              | 0,238                                   | Linear     |
| Kualitas Layanan (X3)   | 0,985                                   | Linear     |

Sumber : SPSS versi 25 (Data diolah, 2023)

Berdasarkan pada tabel 4 hasil uji linearitas dengan nilai sig pada *Deviation From Linearity* diperoleh variabel kelengkapan produk (X1), harga (X2), kualitas layanan (X3), lebih dari 0.05. Dapat disimpulkan maka hubungan antar variabel adalah bersifat linear.

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan ada atau tidak korelasi variabel bebas. Ada atau tidaknya multikolinieritas didalam model regresi dapat dideteksi bila nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) < 10 dan toleransi > 0,1. Maka dapat terjadi gejala multikolinearitas.

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

| Variabel                | Tolerance | VIF   | Keterangan                      |
|-------------------------|-----------|-------|---------------------------------|
| Kelengkapan Produk (X1) | 0,790     | 1,266 | Tidak Terjadi Multikolinearitas |
| Harga (X2)              | 0,550     | 1,817 | Tidak Terjadi Multikolinearitas |
| Kualitas Layanan (X3)   | 0,602     | 1,660 | Tidak Terjadi Multikolinearitas |

Sumber : SPSS versi 25 (Data diolah, 2023)

Berdasarkan pada tabel 5 menunjukkan hasil uji multikolinearitas yang dapat dilihat pada Tolerance kelengkapan produk (X1) 0,790, harga (X2) 0,550 dan kualitas layanan (X3) 0,602. Sedangkan pada nilai VIF kelengkapan produk (X1) diperoleh 1,366, harga (X2) diperoleh nilai 1,817, dan kualitas layanan (X3) diperoleh nilai 1,660 menunjukkan nilai VIF tersebut > dari 0,10 dan toleransi < 0,1 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Glejser*, Kriteria yang berlaku adalah jika nilai sig. Uji t (pada uji *Glejser*) > 0,05 maka varian residual sama (homokedastisitas) atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

| Variabel            | Sig   | Keterangan                       |
|---------------------|-------|----------------------------------|
| Variasi Produk (X1) | 0,728 | Tidak Terjadi Heterokedastisitas |
| Harga (X2)          | 0,103 | Tidak Terjadi Heterokedastisitas |
| Lokasi (X3)         | 0,385 | Tidak Terjadi Heterokedastisitas |

Sumber : SPSS versi 25 (Data diolah, 2023)

Berdasarkan pada tabel 6 menunjukkan hasil uji heterokedastisitas yang dilihat pada tabel koefisien. Pada nilai sig variabel kelengkapan produk (X1) 0,728, variabel harga (X2) dengan nilai sig 0,103 dan variabel kualitas layanan (X3) dengan nilai sig 0,385 hasil tersebut telah memuhi syarat uji heterokedastisitas dengan nilai lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

### **Analisis Regresi Linear Berganda**

Uji regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan suatu variabel dependen berdasarkan dua atau lebih yakni variabel kelengkapan produk (X1), harga (X2) dan kualitas layanan (X3) dalam suatu persamaan linier.

**Tabel 7**

#### **Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

| <b>Variabel</b>         | <b>B</b> |
|-------------------------|----------|
| <i>(Constant)</i>       | 10,120   |
| Kelengkapan Produk (X1) | - 0,562  |
| Harga (X2)              | 0,363    |
| Kualitas Layanan (X3)   | 0,390    |

*Sumber : SPSS versi 25 (Data diolah, 2023)*

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan hasil persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

$$Y = 10,120 - 0,562 X_1 + 0,363 X_2 + 0,390 X_3 + e$$

Persamaan regresi linear berganda diatas menunjukkan nilai konstanta sebesar 10,120 dengan nilai positif. Nilai tersebut diartikan jika variabel independen sama dengan 0 maka besarnya keputusan pembelian adalah 10,120 satuan. Sedangkan dari persamaan regresi linear menunjukkan untuk nilai b1 sebesar - 0,562 selanjutnya nilai b2 sebesar 0,363 dan nilai b3 sebesar 0,390. Nilai-nilai tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

1. Nilai Konstanta = 10,120

Artinya apabila variabel diskon (X1), promosi (X2), dan kualitas pelayanan (X3) sama dengan 0 atau tidak terjadi perubahan secara konstan maka variabel keputusan pembelian (Y) nilainya sebesar 10,120.

2. Koefisien Kelengkapan Produk (X1) = - 0,562

Nilai koefisien regresi (b) variabel diskon (X1) sebesar - 0,562. Apabila variabel diskon (X1) naik 1 satuan, maka keputusan pembelian (Y) turun sebesar 0,562.

3. Koefisien Promosi (X2) = 0,363

Nilai koefisien regresi (b) variabel promosi (X2) sebesar 0,363. Apabila variabel promosi (X2) naik 1 satuan, maka keputusan pembelian (Y) naik sebesar 0,363.

4. Koefisien Kualitas Pelayanan (X3) = 0,390

Nilai koefisien regresi (b) variabel kualitas pelayanan (X3) sebesar 0,390. Apabila variabel kualitas pelayanan (X3) naik 1 satuan, maka keputusan pembelian (Y) naik sebesar 0,390.

### Uji t

Uji t dilakukan untuk melihat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Signifikansi pengaruh tersebut dapat dilakukan dengan membandingkan antara nilai signifikan dengan taraf 0,05.

**Tabel 8**

### Hasil Uji t

| Variabel                | T <sub>hitung</sub> | Sig.  | Keterangan                                     |
|-------------------------|---------------------|-------|--|
| Kelengkapan Produk (X1) | -6,308              | 0,000 | H <sub>0</sub> ditolak H <sub>a</sub> diterima |
| Harga (X2)              | 7,598               | 0,000 | H <sub>0</sub> ditolak H <sub>a</sub> diterima |
| Kualitas Layanan (X3)   | 12,713              | 0,000 | H <sub>0</sub> ditolak H <sub>a</sub> diterima |

Sumber : SPSS versi 25 (Data diolah,2023)

Berdasarkan tabel 8 menunjukkan hasil uji t yang dapat dijelaskan secara parsial pengaruh variabel independen diskon, promosi dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen keputusan pembelian. Dari hasil tabel diatas maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh kelengkapan produk (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y)

Hasil analisis menunjukkan pada variabel kelengkapan diperoleh nilai Sig. sebesar 0,000 < 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima, artinya variabel diskon secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

2. Pengaruh harga (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y)

Hasil analisis menunjukkan pada variabel harga diperoleh nilai Sig. sebesar 0,000 < 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima, artinya variabel promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

3. Pengaruh kualitas layanan (X3) terhadap loyalitas pelanggan(Y)

Hasil analisis menunjukkan pada variabel kualitas layanan diperoleh nilai Sig. sebesar 0,000 < 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima, artinya variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

### Uji F

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh antar variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama atau secara simultan dengan ketentuan nilai signifikan < 0,05.

**Tabel 9**  
**Hasil Uji F**

| F hitung | Sig   | Keterangan                                     |
|----------|-------|--|
| 161,892  | 0,000 | H <sub>0</sub> ditolak H <sub>a</sub> diterima |

*Sumber : SPSS versi 25 (Data diolah,2023)*

Berdasarkan pada tabel 9 menunjukkan hasil uji F dapat dijelaskan secara simultan atau bersama-sama pengaruh variabel independen kelengkapan produk, harga dan kualitas terhadap variabel dependen loyalitas pelanggan yang diperoleh nilai signifikan 0,000. Kriteria uji F jika sig < 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima, sehingga dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima artinya variabel kelengkapan produk, harga dan kualitas terhadap secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) untuk menjelaskan seberapa besar perilaku atau pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

**Tabel 10**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

| Model | R     | R Square | Adjusted R Square | Std. Error Of the Estimate |
|-------|-------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | 0,922 | 0,850    | 0,844             | 1,26047                    |

*Sumber : SPSS versi 25 (Data diolah,2023)*

Berdasarkan pada tabel 10 menunjukkan hubungan antara kelengkapan produk, harga dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan hasil nilai koefisien destermisasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,850 atau 85% yang artinya variabel loyalitas pelanggan (Y) dipengaruhi oleh variabel kelengkapan produk (X1) , harga (X2), dan kualitas layanan (X3). Sedangkan 0,150 atau 15% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain di luar penelitian.

### Pembahasan dan Hasil Interpretasi Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah melakukan pembelian produk yang dipasarkan oleh Dina Swalayan (Cv.Anugerah Maju Sejahtera) Plosoharjo Pace Nganjuk yang sudah melakukan pembelian lebih dari 2 kali dengan jumlah sampel 90. Menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 57 atau 63,3% lebih dominan atau lebih banyak melakukan pembelian pada Dina Swalayan Pace Nganjuk, karena memang produk untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Selanjutnya analisis data terkait karakteristik berdasarkan usia yang melakukan pembelian pada Dina Swalayan Pace

lebih di dominasi oleh usia < 23 tahun sebanyak 44 atau 48,9% responden. Hal ini dikarenakan produk pada Dina Swalayan di tujukan kepada konsumen dengan usia dewasa.

Pada analisis data berdasarkan pendidikan terakhir responden yang melakukan pembelian pada Dina Swalayan Pace Nganjuk adalah responden dengan mayoritas pendidikan terakhir SLTA sebanyak 51 atau 56,7% responden. Hal ini dikarenakan banyak pilihan, mudah dijangkau, dan murah. Selanjutnya analisis data berdasarkan pekerjaan menunjukkan hasil bahwa responden yang melakukan pembelian pada Dina Swalayan Pace mayoritas responden dengan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 31 atau 34,4%. Hasil ini di buktikan dari konsumen yang sering melakukan pembelian pada Dina Swalayan memang banyak disukai dan dapat memenuhi kebutuhan dari pelajar/mahasiswa. Analisis karakteristik responden berdasarkan penghasilan perbulan yang melakukan pembelian pada Dina Swalayan lebih didominasi oleh responden dengan penghasilan Rp 1.000.000 yakni sebanyak 52 atau 57,8%. Hal ini membuktikan memang harga yang ditawarkan oleh Dina Swalayan Pace Nganjuk murah sehingga mudah dijangkau masyarakat yang mempunyai penghasilan rendah. Analisis karakteristik responden berdasarkan frekuensi pembelian pada Dina Swalayan Pace Nganjuk didominasi oleh pelanggan yang melakukan pembelian lebih > 3 kali yakni sebanyak 57 atau 63,3%.

Pada pembahasan analisis statistik dapat diketahui bahwa hasil menunjukkan berbagai pengaruh antara diskon, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Swalayan Dina. Berikut interpretasi hasil yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

### **Pengaruh Secara Parsial Kelengkapan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Dina Swalayan (Cv. Anugerah Maju Sejahtera) Plosoharjo Pace Nganjuk**

Berdasarkan pada uji hipotesis 1 menunjukkan hasil bahwa secara parsial kelengkapan produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) dengan nilai Sig. 0,000 < 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya variabel kelengkapan produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Adanya pengaruh signifikan antara kelengkapan produk terhadap loyalitas pelanggan, jika Dina Swalayan Pace Nganjuk dapat mempertahankan kelengkapan produk, kemudian menyediakan banyak pilihan produk yang menarik dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen, maka konsumen akan memberikan loyalitasnya terhadap Dina Swalayan Pace Nganjuk.

Sesuai dengan penelitian penelitian Eloda & Chindi, (2022) dengan judul “ Pengaruh Harga, Kualitas produk, kualitas layanan dan kelengkapan produk terhadap loyalitas pelanggan umkm terhadap toko perabot aluminium sas rantauprapat”. Menunjukkan bahwa hasil analisis pengaruh Kelengkapan produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan tingkat

signifikan  $0,007 < 0,05$ , jadi dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

### **Pengaruh Secara Parsial Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Dina Swalayan (Cv. Anugerah Maju Sejahtera) Plosoharjo Pace Nganjuk**

Berdasarkan pada uji hipotesis 2 menunjukkan hasil bahwa secara parsial harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) dengan nilai Sig.  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya variabel kelengkapan produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Adanya pengaruh signifikan antara harga terhadap loyalitas pelanggan, jika Dina Swalayan Pace Nganjuk dapat memberikan harga yang terjangkau, mampu memberikan harga sesuai dengan kualitas barang, kemudian memberikan kemudahan dalam pembayaran maka konsumen akan memberikan loyalitasnya terhadap Dina Swalayan Pace Nganjuk

Sesuai dengan penelitian Chantika, Agus & Hari, (2022) dengan judul “ Pengaruh Harga dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome pada Pt.Telkom Indonesia Semarang”. Menunjukkan bahwa hasil analisis pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan memiliki nilai signifikan kurang dari 0,05. Disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

### **Pengaruh Secara Parsial Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Dina Swalayan (Cv. Anugerah Maju Sejahtera) Plosoharjo Pace Nganjuk**

Berdasarkan hasil uji hipotesis 3 menunjukkan hasil bahwa secara parsial kualitas layanan (X3) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) dengan nilai Sig  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Adanya pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, jika Dina Swalayan memberikan pelayanan yang bagus dan tanggap maka konsumen akan memberikan loyalitas pelanggan pada Dina Swalayan Pace Nganjuk.

Sesuai dengan penelitian Vincensius,Johnny & Aneke, (2022) dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan”. Menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Dapat disimpulkan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

### **Pengaruh Secara Simultan Kelengkapan Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Dina Swalayan (Cv. Anugerah Maju Sejahtera) Plosoharjo Pace Nganjuk**

Berdasarkan hasil uji hipotesis 3 menunjukkan hasil bahwa secara simultan kelengkapan produk (X1), harga (X2) dan kualitas layanan (X3) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) dengan nilai Sig  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya variabel kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Adanya pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, jika Dina Swalayan memberikan pelayanan yang bagus dan tanggap maka konsumen akan memberikan loyalitas pelanggan pada Dina Swalayan Pace Nganjuk.

Dalam hal ini apabila kelengkapan produk, harga dan kualitas layanan selalu diperhatikan atau diberikan dengan baik, maka konsumen akan melakukan pembelian dan memberikan loyalitasnya sebagai pelanggan pada Dina swalayan. Kelengkapan produk yang semakin lenhkap dan banyak, harga yang terjangkau dan mampu bersaing dengan tempat lain, serta kualitas layanan tyang aman, nyaman dan bagus akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Konsumen akan lebih menyukai produk dengan pilihan yang bervariasi dari pada harus pindah ke tempat lainnya, mereka dapat mempertimbangkan harga dengan kualitas produk yang dibelinya memberikan hasil yang memuaskan.

Hal ini sesuai dengan penelitian Eloda & Chindi, (2022) dengan judul “ Pengaruh Harga, Kualitas produk, kualitas layanan dan kelengkapan produk terhadap loyalitas pelanggan umkm terhadap toko perabot aluminium sas rantauprapat” diperoleh nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Artinya harga, kualitas produk, kualitas layanan, dan kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap mempertahankan loyalitas pelanggan.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dari analisis data yang telah dilakukan pada responden Dina Swalayan (Cv. Anugerah Maju Sejahtera) Pace Nganjuk mengenai Kelengkapan Produk, Harga dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan, sehubungan dengan rumusan masalah yang telah dibahas sebelumnya maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh secara parsial kelengkapan produk (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Dina Swalayan Pace Nganjuk dengan menunjukkan hasil uji t diperoleh nilai Sig.  $0,000 < 0,005$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Terdapat pengaruh secara parsial harga (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Dina Swalayan Pace Nganjuk dengan menunjukkan hasil uji t diperoleh nilai Sig.  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

3. Terdapat pengaruh secara parsial kualitas layanan (X3) terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Dina Swalayan Pace Nganjuk yang menunjukkan hasil uji t diperoleh nilai Sig. 0,000 < 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
4. Terdapat pengaruh secara simultan kelengkapan produk (X1), harga (X2), dan kualitas layanan (X3) terhadap loyalitas pelanggan pada Dina Swalayan Pace Nganjuk dengan menunjukkan hasil uji F diperoleh nilai Sig. 0,000 < 0,05.
5. Hubungan antara kelengkapan produk, harga dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh nilai sebesar 0,850 atau 85% yang artinya keputusan pembelian (Y) dipengaruhi oleh kelengkapan produk (X1), harga (X2), dan kualitas layanan (X3). Sedangkan sisanya dengan nilai sebesar 0,150 atau 15% yang dipengaruhi oleh variabel lain yakni promosi, diskon, kualitas produk, dan lain-lain.

### **Saran**

Dari hasil kesimpulan di atas maka saran yang dapat disampaikan peneliti yang terkait dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Bagi Perusahaan

- 1) Perusahaan dapat memberikan Kelengkapan Produk sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggan, hal ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan pelanggan untuk tetap melakukan pembelian di Dina Swalayan Plosoharjo Pace Nganjuk (Cv. Anugerah Maju Sejahtera).
- 2) Perusahaan tetap mempertahankan Harga yang terjangkau yang dapat dijangkau oleh banyak kalangan, karena hal tersebut dapat meningkatkan keinginan pelanggan melakukan pembelian produk di Dina Swalayan Plosoharjo Pace Nganjuk (Cv. Anugerah Maju Sejahtera).
- 3) Perusahaan dapat melakukan Kualitas layanan yang baik bagi pelanggan maupun konsumen baru sehingga akan memberikan kenyamanan kepada pelanggan Ketika melakukan pembelian di Dina Swalayan Plosoharjo Pace Nganjuk (Cv. Anugerah Maju Sejahtera).

#### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan pada peneliti selanjutnya untuk dapat memberikan hasil yang lebih baik, dari peneliti sebelumnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Pramesti, R. A., Widyastuti, N., & Winarto, H. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Era Pandemi Covid-19: Studi Pada Pt Pos Indonesia Cabang Yogyakarta. *Jurnal Mantra: Manajemen Strategis*
- S, Y., Karnadi, & Harisandi, Y. (2022b). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Wisata Kk26 Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (Jme) Feb Unars*, 1(1), 338–353.
- Simanjorang Sinaga Florentina Elida, & Chindi. (2022a). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Kelengkapan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Umkm (Studi Pada Toko Perabot Alumanium “Sas” Rantauprapat).
- Slitonga, F., Edy Wibowo, A., Putera Batam, U., Karimun, U., & Awal Bros Batam, Stik. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Bintang Dua Di Kota Batam* (Vol. 1, Issue 2).
- Sugiyono, & Susanto. (2015). *Cara Mudah Belajar Spss & Lisrel*. Alfabeta.
- Tombeng, B., Roring, F., Rumokoy, F. S., & Kualitas..., P. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado The Effect Of Service Quality, Price And Product Quality On Customer Satisfaction At Raja Oci Manado Restaurant. *891 Jurnal Emba*, 7(1), 891–900.