

# Plagiasi Artikel Nur Izza Narulita.docx

*by*

---

**Submission date:** 18-Apr-2023 09:31AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2067887321

**File name:** Plagiasi Artikel Nur Izza Narulita.docx (247.11K)

**Word count:** 4030

**Character count:** 27070



## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA MINIMARKET JAGO SIDOARJO

Nur Izza Narulita <sup>1)</sup>, Mas Oetarjo, SE., MM. BKP \*<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

<sup>2)</sup>Dosen Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

\*Email Penulis Korespondensi: masoetarj@gmail.com

**Abstract.** *The purpose of this research study is to provide understanding, benefits and determine the effect of service quality, price and location on consumer loyalty at Minimarket Jago Sidoarjo. This research is a descriptive using quantitative methods. The population and sample were selected using the incidental sampling method with a total sample of 96 respondents. Data collection techniques using a questionnaire. Measurement research using a likert scale. The data analysis technique used was multiple linear regression with the help of the SPSS Statistics version 24 program. The results of the study prove that Service Quality affects the Loyalty of Jago Sidoarjo Minimarket Consumers. Price has an effect on Consumer Loyalty of Jago Sidoarjo Minimarket. Location has a partial effect on Consumer Loyalty of Jago Sidoarjo Minimarket.*

**Keywords:** *Service Quality, Price, Location, Consumer Loyalty*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman, manfaat dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap loyalitas Konsumen pada Minimarket Jago Sidoarjo. Penelitian ini merupakan penelitian **deskriptif** dengan menggunakan metode kuantitatif untuk menguji hipotesis. Populasi dan sampel dipilih dengan menggunakan metode *incidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak **96 responden**. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Pengukuran penelitian menggunakan skala *likert*. Teknik analisis data yang digunakan menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan program *SPSS Statistics* versi 24. Hasil penelitian membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen Minimarket Jago Sidoarjo. Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen Minimarket Jago Sidoarjo. Lokasi berpengaruh parsial terhadap Loyalitas Konsumen Minimarket Jago Sidoarjo.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Harga, Lokasi, Loyalitas Konsumen

### I. PENDAHULUAN

Era milenium dan globalisasi sangat mempengaruhi perkembangan industri di seluruh nusantara dan dunia, sehingga dapat memberikan peluang yang lebih luas dan lebih besar bagi para pelaku bisnis untuk berkembang dan memperoleh manfaat di bidang perdagangan baik dalam negeri maupun internasional. Namun persaingan akan semakin ketat dan setiap perusahaan harus mampu menciptakan inovasi yang signifikan dalam bisnisnya agar dapat bersaing dengan industri lain yang terlibat dalam bisnis ritel. Umumnya, bisnis yang melibatkan barang dan jasa disebut juga dengan usaha *ritel*. Usaha *ritel* yaitu usaha yang menyediakan barang atau jasa dalam jumlah satuan atau eceran. Usaha inilah yang banyak diminati konsumen untuk dinikmati dan tidak dijual kembali. Karena itu, perusahaan harus selalu dapat memberikan kualitas dan kuantitas produk.

Perkembangan usaha ritel di setiap wilayah Kota Sidoarjo memiliki cabang di beberapa jalan-jalan yang ada di Kota Sidoarjo salah satunya adalah minimarket. Kota Sidoarjo merupakan kota besar yang dikenal sebagai perindustrian yang berada di Provinsi Jawa Timur yang menjadi pusat perdagangan di wilayah Gedangan. Hal tersebut dapat kita perhatikan dari aktivitas perdagangan yang berada di pasar wilayah Gedangan yang selalu ramai dan tak pernah sepi akan pengunjungnya baik dari dalam serta luar kota dan sekitarnya. Kemajuan tersebut memiliki dampak persaingan yang lebih ketat lagi antara swalayan, minimarket, serta koperasi yang bergerak di bidang pemasaran di Kota Sidoarjo. Di Jalan Aryo Bebahang No. 138, Dusun Bangah Barat, Bangah, Kecamatan Gedangan, Kabupaten Sidoarjo terdapat minimarket Jago yang didirikan sejak tahun 2017 silam. Dimana keberadaannya di tepi jalan raya sehingga memudahkan konsumen untuk berbelanja di minimarket Jago. Barang-barang yang dijual

memiliki lebih dari 1000 item mulai dari makanan, minuman, serta kebutuhan rumah tangga lainnya. Fasilitas yang ada di minimarket Jago juga cukup lengkap, seperti parkir yang luas.

Minimarket Jago memiliki keunggulan lebih bagi para konsumennya yang membuat minimarket Jago dapat di terima. Kualitas layanan, harga dan lokasi sangat menjadi faktor utama mengapa minimarket jago dapat di terima dan memberikan loyalitas para pelanggannya. Kualitas pelayanan yang berbeda dengan adanya tempat yang nyaman menjadi daya tarik tersendiri dan produk yang di tawarkan berbeda dengan peritel modern sejenisnya juga menjadi kepuasan tersendiri bagi para konsumennya. Harga yang ditawarkan juga relatif terjangkau jika menjadikan minimarket Jago masih menjadi pilihan utama bagi konsumen. Minimarket Jago juga berusaha memberikan yang terbaik dengan memberikan produk-produk paket yang lebih terjangkau oleh konsumennya agar selalu menjadi pilihan bagi para konsumennya. Minimarket Jago banyak menarik pelanggan dari berbagai kalangan mulai dari ibu-ibu rumah tangga, pelajar dan para pekerja untuk keperluan sehari-harinya. Sejak didirikannya minimarket Jago hingga saat ini tidak pernah sepi pengunjung. karena lokasi yang berdekatan dengan pasar tradisional serta berada dipinggir jalan menjadikan minimarket Jago tidak sepi pengunjung sekalipun pada malam hari.

Setiap pusat perbelanjaan tersebut akan saling bersaing memberikan yang terbaik bagi konsumen baik dari segi tempat penataannya, pelayanan, maupun tingkat harga produk yang ditawarkan, sehingga menarik konsumen yang pada akhirnya akan membuat suatu keputusan untuk membeli produk yang tersedia di pusat perbelanjaan yang bersangkutan. Sehingga jika kepuasan konsumen dapat tercapai, dan kemudian akan membentuk loyalitas pelanggan atau konsumen.

Dari tabel *research gap* dan uraian diatas maka perlu dilakukan penelitian mengenai kualitas pelayanan, harga dan lokasi dalam upaya mengetahui pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen serta untuk meningkatkan kinerja pemasaran yang nantinya akan berpengaruh terhadap keberlangsungan kegiatan pemasaran di Minimarket Jago Sidoarjo. Hal inilah yang mendorong penulis untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA MINIMARKET JAGO SIDOARJO”**.

#### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan penelitian yang telah diuraikan, maka penulis merumuskan permasalahan didalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen ?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Kosumen ?
3. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap Loyalitas Kosumen ?

## **II. METODE**

### **Jenis penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Jenis data yang bersifat kuantitatif dapat diartikan sebagai jenis data yang dapat dihitung atau diukur secara langsung dalam suatu skala numerik (angka) [1]. Penelitian kuantitatif lebih menekankan kepada sumber data yang sifatnya angka-angka dan statistik.

### **Lokasi penelitian**

Objek penelitian dilakukan di Mini Market Jago 1 yang bertempat di Jalan Aryo Bebangah No. 138, Dusun Bangah Barat, Bangah, Kecamatan Gedangan, Kabupaten Sidoarjo.

### **Definisi Operasional**

Adapun definisi operasional dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan merupakan totalitas fitur dan karakter suatu produk atau pelayanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat kepada pelanggan sehingga perusahaan mampu menyediakan kebutuhan pelanggan.

2. Harga (X2)

Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang dapat berubah setiap waktu dan dapat ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa sehingga menimbulkan kepuasan konsumen.

3. Lokasi (X3)

Lokasi merupakan tempat bagi perusahaan untuk beroperasi dan keputusan yang dibuat untuk mempermudah dan mengakomodasikan konsumen untuk mendapatkan apa yang diinginkan serta berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan.

### **Populasi dan Sampel**

#### **Populasi**

Populasi merupakan keseluruhan objek yang diteliti, meliputi jumlah dan karakteristik yang dimiliki subjek dan objek penelitian [1]. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Minimarket Jago Kota Sidoarjo

### Sampel

sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pada penelitian ini jenis sampel menggunakan *non-probability sampling*, yaitu teknik sampel yang anggota populasinya tidak mempunyai peluang yang sama untuk menjadi anggota sampel. Sedangkan, metode yang digunakan adalah *accidental sampling* yaitu metode pengambilan sampel berdasarkan kebetulan [1]. Artinya pelanggan minimarket Jago Sidoarjo yang kebetulan bertemu peneliti dapat dijadikan sampel.

### Teknik Analisis Data

#### Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrumen kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data [1]. Uji validitas ini dilakukan supaya mengetahui apakah sebuah pertanyaan yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan sedang diteliti. Indikator dinyatakan valid apabila (1) nilai  $r$  hitung  $> r$  tabel, maka *instrument* valid, (2) nilai  $r$  hitung  $< r$  tabel, maka *instrument* tidak valid.

#### Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal [1]. Apabila suatu variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan.

##### 2. Uji Linieritas

Dalam penelitian ini dilakukan uji linieritas dengan menggunakan *Test For Linearity*. [1] kriteria uji linieritas dapat dilihat dari melihat *Test for linearity* dengan ukuran signifikan sebesar 0,05. Maka, apabila nilai signifikan lebih dari 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa antar variabel memiliki hubungan yang linier. Tetapi sebaliknya, apabila nilai signifikan kurang dari 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa antar variabel tidak memiliki hubungan yang linier.

##### 3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan uji model regresi untuk menguji adanya kolerasi antar variabel *independent* atau variabel *Y*. Jika tidak terdapat kolerasi antara variabel *independent* dapat diartikan bahwa model regresinya baik, sedangkan jika variabel *independent*nya saling berkolerasi maka variabel *dependent*nya tidak ortogonal [1].

##### 4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji model regresi jika terjadi ketidaksamaan varian dari residual pengamatan yang satu dengan yang lain. Jika terdapat varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain, maka dapat disebut sebagai heteroskedastisitas dan jika terdapat perbedaan maka disebut heteroskedastisitas [1].

##### 5. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi merupakan analisis statistik yang dilakukan untuk mengetahui apakah ada korelasi variabel yang ada dalam model prediksi dengan perubahan waktu [1].

### Analisis Regresi Linier Berganda

Model Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + b_3 \cdot X_3 + e$$

Keterangan:

Y	= Keputusan Pembelian
a	= Konstanta
b1	= Koefisien Regresi X1
b2	= Koefisien Regresi X2
b3	= Koefisien Regresi X3
X1	= Ekuitas Merek
X2	= Harga
X3	= Kualitas Pelayanan
e	= error (tingkat kesalahan)

Untuk mengetahui diterima atau tidaknya hipotesis yang ada dalam penelitian ini, maka dilakukan analisis data secara kuantitatif. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan uji  $f$  maupun uji  $t$  yang akan diproses dengan bantuan program SPSS.

### Pengujian Hipotesis

#### Uji t (Uji Parsial)

Test uji  $t$  digunakan untuk menguji setiap variabel bebas atau variabel *independen* ( $X$ ). Apakah variabel bebas ekuitas merek ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh yang

positif serta signifikan terhadap variabel terikat atau variabel *dependen* (Y) yaitu keputusan pembelian.

**Uji F (Uji Simultan)**

Uji F pada dasarnya menunjukkan secara serentak apakah variabel bebas atau *independent* variabel (X) mempunyai pengaruh yang positif atau negatif, serta signifikan terhadap variabel terikat atau *dependent* variabel (Y).

**Korelasi Linier Berganda (R)**

Korelasi linear berganda merupakan alat ukur mengenai hubungan yang terjadi antara variabel yang terikat. (variabel Y) dan dua atau lebih variabel bebas (x1, x2.....xk). Analisis korelasinya menggunakan tiga koefisien korelasi yaitu koefisien determinasi berganda, koefisien korelasi berganda, dan koefisien korelasi parsial.

**Koefisien Determinasi (R2)**

Digunakan untuk melihat seberapa besar tingkat pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen* secara parsial digunakan koefisien determinasi. Koefisien determinasi menjelaskan proporsi variasi dalam variabel *dependen* (Y) yang dijelaskan oleh hanya satu variabel *independen* (lebih dari satu variabel bebas: Xi; i = 1, 2, 3, 4, dst.) secara bersama-sama.

**III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**HASIL**

**Analisis Data dan Hasil Penelitian**

**Pengujian Kualitas Data**

**a. Uji Validitas**

Dalam menghitung validitas menggunakan *correlation pearson moment*. N = 96 dengan taraf signifikansi 5% pada distribusi r-tabel 96, maka didapat r-tabel sebesar 0,20.

**Tabel 1. Uji Validitas**

Variabel	Item Pernyataan	r-hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	X1.1	0,79295	0,20	Valid
	X1.2	0,68727		Valid
Harga	X1.3	0,70694		Valid
	X1.3	0,057535		Valid
	X2.1	0,73714		Valid
	X2.2	0,72607	0,20	Valid
	X2.3	0,72425		Valid
	X2.4	0,74362		Valid
Lokasi	X3.1	0,84508		Valid
	X3.2	0,72326		Valid
	X3.3	0,7404		Valid
Loyalitas Pelanggan	Y1.1	0,7017	Valid	
	Y1.2	0,69127	Valid	
	Y1.3	0,58313	Valid	
	Y1.4	0,6196	Valid	
	Y1.5	0,71383	Valid	
	Y1.6	0,64778	Valid	

. Diketahui bahwa jumlah subjek adalah 96 responden, maka r-tabelnya adalah 0,1671 dengan taraf signifikansi sebesar 5%. Pada penelitian ini hasil uji validitas seluruh butir pernyataan menunjukkan r-hitung lebih besar r-tabel, maka dengan demikian seluruh butir pernyataan dapat dinyatakan valid terhadap indikator.

**b. Uji Reliabilitas**

17

**Tabel 2. Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,620	Reliabel
Harga	0,712	Reliabel
Lokasi	0,659	Reliabel

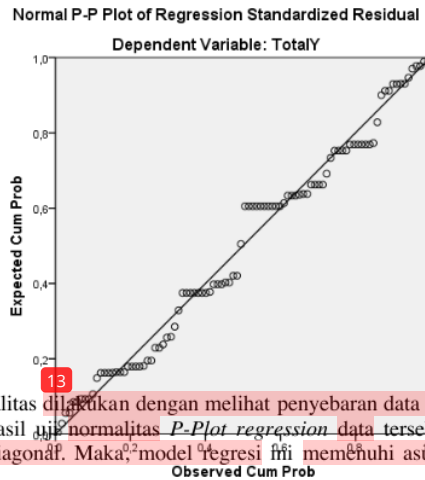
Loyalitas Pelanggan	0,738	Reliabel
---------------------	-------	----------

Pada hasil uji reliabilitas diatas, diketahui nilai *alpha cronbach* pada variabel kualitas pelayanan adalah 0,620; variabel harga dengan nilai 0,712; variabel lokasi dengan 0,659; dan variabel loyalitas pelanggan 0,738. Keseluruhan variabel tersebut mendapatkan nilai *alpha cronbach* diatas 0,6 sehingga dapat dikatakan instrument tersebut adalah reliabel dengan kriteria sangat baik.

**Uji Asumsi Klasik**

**1. Uji Normalitas**

**Gambar 1. Normal Probability Plot**



Uji Normalitas dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Berdasarkan hasil uji normalitas *P-Plot regression data* tersebut menyebar membentuk titik-titik di sekitar garis diagonal. Maka, model regresi ini memenuhi asumsi normalitas atau data berdistribusi normal.

**2. Uji Linieritas**

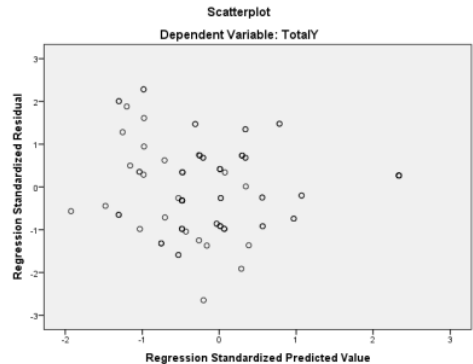
**Tabel 3. Uji Linieritas**

Variabel	Sig. <i>Linearity</i>	Taraf Signifikan	Keterangan
X1 → Y	0,040	Sig. > 0,05	Linier
X2 → Y	0,005	Sig. > 0,05	Linier
X3 → Y	0,000	Sig. > 0,05	Linier

Berdasarkan hasil pengujian penelitian di atas didapatkan nilai sig. *Linearity* guna variabel keputusan pembelian serta loyalitas pelanggan sebesar 0,040 ( $0,040 < 0,05$ ), harga serta variabel loyalitas pelanggan sebesar 0,005 ( $0,005 < 0,05$ ), dan variable lokasi serta loyalitas konsumen sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ). Dari seluruh variabel tersebut usai menunjukkan nilai sig. *Linearity* < 0,05 maka dapat dikatakan bahwa hubungan antar variable bersifat linier, berarti apabila terdapat kenaikan skor variabel *independent* diikuti dengan kenaikan skor variable *dependent*.

**3. Uji Heterokedastisitas**

**Gambar 2. Uji heterokedastisitas**



Berdasarkan hasil yang didapatkan dari uji heterokedastisitas dengan melihat *scatterplot* dapat diketahui bahwa sebaran data jawaban responden tidak membentuk suatu pola dan tersebar secara acak, sehingga dalam penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas.

#### 4. Uji Multikolinieritas

**Tabel 4. Uji Linieritas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas Pelayanan	,472	2,118
Harga	,653	1,531
Lokasi	,533	1,876

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas didapatkan nilai *tolerance* pada variabel kualitas pelayanan sebesar 0,472 dan nilai VIF sebesar 2,118, variabel harga sebesar 0,653 dan nilai VIF sebesar 1,531, serta variabel lokasi sebesar 0,533 dan nilai VIF sebesar 1,876. Ke-tiga variabel tersebut masing-masing memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan memiliki nilai VIF kurang dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan pada penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinieritas.

#### 5. Uji Autokorelasi

**Tabel 5. Uji Autokorelasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,776 <sup>a</sup>	,602	,589	1,503	2,140

Berdasarkan hasil uji *autokorelasi* di dapatkan nilai *Durbin-Watson* sebesar 2,140. Adapun nilai standart yang digunakan dalam suatu penelitian dikatakan tidak terjadi *autokorelasi* jika nilai *Durbin Watson* di bawah 5 (Ghozali, 2018). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi *autokorelasi* karena nilai *durbin watson*  $2,140 < 5$ .

#### 6. Analisa Regresi Linier berganda

**Tabel 6. Regresi Linier Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,998	1,828		2,187	,031
	Kualitas Pelayanan	,407	,139	,279	2,918	,004
	Harga	,495	,116	,346	4,252	,000
	Lokasi	,504	,156	,292	3,240	,002

Dari tabel di atas dapat disusun model persamaan *regresi linier* ganda berdasar kolom B. Model persamaan *regresi linier* ganda hasil penelitian adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 3,998 + 0,407X_1 + 0,495X_2 + 0,504X_3 + e$$

Dari hasil persamaan tersebut diatas, maka dapat diartikan bahwa :

1. Nilai konstanta adalah 3,998 Hal ini berarti bahwa tanpa adanya pengaruh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X1), harga (X2) dan lokasi (X3), maka nilai variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan (Y) tetap konstan.
2. Nilai koefisien regresi dari variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,407 artinya bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel kualitas pelayanan (X1), akan mengakibatkan kenaikan variabel loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,407 atau 40,7 %.
3. Nilai koefisien regresi dari variabel harga (X2) sebesar 0,495 artinya bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel harga (X2), akan mengakibatkan kenaikan variabel loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,495 atau 49,5%.

4. Nilai koefisien regresi dari variabel lokasi (X3) sebesar 0,504 Artinya bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel lokasi (X3), akan mengakibatkan kenaikan variabel loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,504 satuan atau 50,4%.

**Uji Hipotesis**  
**Uji Parsial (Uji t)**

**Tabel 7. Uji t (parsial)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,998	1,828		2,187	,031
	Kualitas Pelayanan	,407	,139	,279	2,918	,004
	Harga	,495	,116	,346	4,252	,000
	Lokasi	,504	,156	,292	3,240	,002

Untuk mengetahui nilai t-tabel dilakukan dengan menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 5% (0,05) dan *degree of freedom* sebesar  $k = 3$  dan  $df = n - k - 1$  ( $96 - 3 - 1 = 92$ ) sehingga diperoleh t-tabel sebesar 1,6615.

- Variabel kualitas pelayanan (X1) diperoleh nilai t hitung sebesar 2,918, Sehingga Nilai t hitung ini lebih besar daripada nilai t tabel yaitu 1,6615. Maka berdasarkan aturan pengambilan keputusan didapatkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak. Hal ini berarti variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.
- Variabel harga (X2) diperoleh nilai t hitung sebesar 4,252, Sehingga Nilai t hitung ini lebih besar daripada nilai t tabel yaitu 1,6615. Maka berdasarkan aturan pengambilan keputusan didapatkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak. Hal ini berarti variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.
- Variabel lokasi (X3) diperoleh nilai t hitung sebesar 3,240, Sehingga Nilai t hitung ini lebih besar daripada nilai t tabel yaitu 1,6615. Maka berdasarkan aturan pengambilan keputusan didapatkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak. Hal ini berarti variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.

**Uji R**

**Tabel 8. Koefisien Korelasi Berganda (R)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,776 <sup>a</sup>	,602	,589	1,503

Berdasarkan uji R di dapatkan nilai R sebesar 0,776. Hal ini membuktikan bahwa hubungan antara variabel independen dengan variabel *dependent* dinilai cukup kuat karena memiliki nilai yang mendekati angka 1.

20

**Uji (R<sup>2</sup>)**

**Tabel 9. Uji (R<sup>2</sup>)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,776 <sup>a</sup>	,602	,589	1,503

Berdasarkan hasil uji determinasi berganda (R<sup>2</sup>) di dapatkan nilai R *square* sebesar 0,602 atau 60,2% sehingga dapat dideskripsikan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga, dan lokasi dapat menjelaskan mengenai variabel loyalitas pelanggan yang terdapat di penelitian dan sisanya sebesar 39,8% dijabarkan oleh variabel lain yang tidak dijadikan objek dalam penelitian

**Pembahasan**

Hasil pengujian dari asumsi klasik dan regresi linear berganda dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS statistik 24 yang didapatkan adanya pengaruh variabel kualitas pelayanan, harga dan



lokasi terhadap loyalitas pelanggan baik secara parsial maupun simultan. Secara keseluruhan dapat di jelaskan sebagai berikut :

1. **H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas konsumen minimarket Jago Sidoarjo.**

Berdasarkan analisis membuktikan secara langsung hubungan antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen memiliki pengaruh yang positif. Hal demikian menandakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan minimarket Jago Sidoarjo sesuai dengan keinginan konsumen, sehingga konsumen puas kemudian akan menjadi loyal. [2] mendefinisikan loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang di sukai di masa depan, meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin meningkat pula loyalitas yang diberikan oleh konsumen. Seiring dengan perkembangan zaman yang kemudian menciptakan persaingan yang ketat. Kualitas pelayanan menjadi alat ukur untuk menilai bahwa pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan. Kualitas yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan, kualitas pelayanan menjadi kunci utama bagi perusahaan untuk menarik minat pelanggan dan meningkatkan keuntungan hingga dapat bersaing dengan para kompetitor. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan [3] dengan Judul "Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Periklanan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan The Jungle Water Park Bogor" hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan [4] dengan judul "Analisis Pengaruh Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Rumah Sakit Syarif Hidayatullah)" hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

2. **H2 : Harga berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas konsumen minimarket Jago Sidoarjo.**

Berdasarkan analisis membuktikan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Dimana harga yang ditawarkan perusahaan sesuai dengan kemampuan keuangan yang dimiliki konsumen, Harga dapat menunjukkan kualitas yang baik dari suatu produk, dimana konsumen mempunyai anggapan bahwa harga yang mahal biasanya mempunyai kualitas yang baik. Sehingga bila konsumen merasa puas dengan harga yang perusahaan tawarkan, maka konsumen akan kembali berbelanja di minimarket Jago Sidoarjo. mengemukakan bahwa harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang, [5]. Realita ini terjadi di lapangan karena manusia adalah makhluk ekonomi yang akan berfikir efisiensi dari nilai uang yang rendah untuk menghasilkan kepuasan dalam menggunakan fungsi dari produk atau penentuan harga dalam produk yang serupa. Harga juga dapat menciptakan sebuah loyalitas dalam membeli produk barang atau jasa. Sebelum pelanggan mengambil keputusan, terlebih dahulu pelanggan mencari informasi tentang produk yang akan dibeli dari pada membandingkan dengan produk yang lain. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan [6] dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi GOJEK" hasil yang didapatkan bahwa harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan [7] dengan judul "Pengaruh Merk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan" hasil menunjukkan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

3. **H3 : Lokasi berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas konsumen minimarket Jago Sidoarjo.**

Berdasarkan analisis membuktikan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Lokasi pemasaran juga menjadi faktor penentu dalam memberikan kepuasan kepada konsumen. [2] menyatakan bahwa *place* (tempat) atau lokasi, yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Lokasi usaha yang mudah di akses, lalu lintas, fasilitas dan memiliki lahan yang luas akan membuat konsumen mudah mengunjungi penyedia jasa tersebut, dengan kemudahan akses itu akan membuat konsumen terus mengunjungi minimarket Jago Sidoarjo untuk berbelanja. Dengan demikian, setelah konsumen terpikat maka konsumen akan pergi ketempat tersebut secara terus menerus dan menjadi rutinitas bagi para pelanggan. Hasil pada penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan [8] dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan di Salon Agata". [9] menunjukkan hasil bahwa Lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Berusaha Motor Kawangkoan" hasil yang diperoleh menunjukkan terdapat pengaruh lokasi yang positif terhadap loyalitas pelanggan.

#### IV. KESIMPULAN

##### Simpulan

Hasil serta pembahasan yang telah dilakukan, di dapatkan simpulan dan diuraikan secara singkat sebagai berikut:

- a. Kualitas Pelayanan (X1) mempunyai pengaruh terhadap loyalitas konsumen minimarket Jago Sidoarjo yang diketahui nilai t-hitung 2,918 lebih besar daripada nilai t-tabel yaitu 1,6615. Hal ini menunjukkan dengan meningkatnya kualitas pelayanan akan berdampak pada loyalitas konsumen di minimarket Jago Sidoarjo.
- b. Harga (X2) mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan minimarket Jago Sidoarjo yang di dapatkan t hitung sejumlah 4,252 lebih besar dari t-tabel 1,6615. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa harga yang relatif akan berdampak pada loyalitas pelanggan minimarket Jago Sidoarjo dan dapat bersaing dengan perusahaan *retail* lainnya.
- c. Lokasi (X3) mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan minimarket Jago Sidoarjo yang di dapatkan t-hitung 3,240 lebih besar dari t-tabel 1,6615. Artinya, menunjukkan dengan adanya lokasi yang terjamin fasilitasnya seperti kemudahan akses berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan minimarket Jago Sidoarjo.

### Saran

Bagi Peneliti Selanjutnya

Saran yang dapat disampaikan berdasarkan hasil yang diperoleh dilapangan, sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan minimarket Jago Sidoarjo
  - a. Minimarket Jago Sidaorjo dapat meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara memberikan pelatihan bagi para karyawan sehingga menambah dan memperbaiki *skill* karyawan.
  - b. Melakukan riset pasar mengenai harga secara berkala sesuai dengan apa yang sedang terjadi.
  - c. Memperbaiki serta menambah fasilitas disekitar lokasi minimarket Jago Sidoarjo.
2. Bagi akademis
  - a. Untuk peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian serupa dengan penelitian ini, sebaiknya meneliti variabel-variabel lain yang lebih banyak. Sebab dalam penelitian ini diketahui masih terdapat 50,9% dijabarkan oleh variabel lain yang tidak dijadikan objek dalam penelitian ini.
  - b. Sebagai upaya untuk memperkuat hasil penelitian serupa maka dianjurkan menambah sampel penelitian.
  - c. Memperbaiki kuisioner atau alat ukur dan mengujinya kembali agar lebih akurat.

1

### UCAPAN TERIMA KASIH

1

Penelitian ini dapat selesai dengan baik dan tepat waktu sebab adanya bantuan dan bimbingan dari beberapa pihak. Oleh karena itu peneliti mengucapkan terima kasih untuk Bapak/Ibu dosen dan staff Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing penelitian.

12

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [2] Kotler, Philips dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran (12th ed)*. Jakarta: Erlangga.
- [3] Himm, Naufal dan Mumuh Mulyana. (2020). Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Periklanan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan The Jungle Water Park Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 19-30, Vol 1(1).
- [4] Syukri, Ahmad. (2018). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Rumah Sakit Syarif Hidayatullah). *Jurnal Semarak*, 1-20, Vol 1 (2).
- [5] Alma, Buchari. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan 14. Bandung: Alfabeta Empat.
- [6] Pangaila Paulus A, Frederik G dan Rudi S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Aplikasi Gojek. *Jurnal Ekonomi*. Vol 6
- [7] Santi, Linda dan Lukman Hakim. (2021). Pengaruh Merk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen, Organisasi dan Bisnis*, 398-407, Vol 1 (1).
- [8] Pratama., dan Yulianthini. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan di Salon Agata. Bisma: *Jurnal Manajemen*.
- [9] Soriton, Jeff., et.all. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Berusaha Motor Kawangkoan. *Productivity*, 537-543, Vol.2(70).

# Plagiasi Artikel Nur Izza Narulita.docx

## ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

14%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://ijler.umsida.ac.id">ijler.umsida.ac.id</a> Internet Source	2%
2	<a href="http://ejournal.unhi.ac.id">ejournal.unhi.ac.id</a> Internet Source	2%
3	<a href="http://repository.umsu.ac.id">repository.umsu.ac.id</a> Internet Source	2%
4	Submitted to North West University Student Paper	1%
5	<a href="http://journal.unrika.ac.id">journal.unrika.ac.id</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://ejournal.undiksha.ac.id">ejournal.undiksha.ac.id</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://repository.usd.ac.id">repository.usd.ac.id</a> Internet Source	1%
8	Submitted to Udayana University Student Paper	1%
9	Submitted to Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Student Paper	1%

10	<a href="http://riset.unisma.ac.id">riset.unisma.ac.id</a> Internet Source	1 %
11	<a href="http://ecampus.pelitabangsa.ac.id">ecampus.pelitabangsa.ac.id</a> Internet Source	1 %
12	<a href="http://123dok.com">123dok.com</a> Internet Source	1 %
13	<a href="http://www.pekerjadata.com">www.pekerjadata.com</a> Internet Source	1 %
14	<a href="http://eckoahmadi.blogspot.com">eckoahmadi.blogspot.com</a> Internet Source	1 %
15	<a href="http://jurnal.stiekesatuan.ac.id">jurnal.stiekesatuan.ac.id</a> Internet Source	1 %
16	<a href="http://repositori.uin-alauddin.ac.id">repositori.uin-alauddin.ac.id</a> Internet Source	1 %
17	<a href="http://jurnal.iain-padangsidimpuan.ac.id">jurnal.iain-padangsidimpuan.ac.id</a> Internet Source	1 %
18	<a href="http://digilib.uin-suka.ac.id">digilib.uin-suka.ac.id</a> Internet Source	1 %
19	<a href="http://eprints.uny.ac.id">eprints.uny.ac.id</a> Internet Source	1 %
20	<a href="http://journals.umkt.ac.id">journals.umkt.ac.id</a> Internet Source	1 %
21	<a href="http://moam.info">moam.info</a> Internet Source	1 %

---

Exclude quotes Off

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography Off