

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan di bidang perekonomian pada saat ini telah banyak membawa dampak positif dalam bidang usaha. Perusahaan-perusahaan mengalami perkembangan yang cukup baik oleh karena itu banyak bermunculan perusahaan dagang yang bergerak di bidang perdagangan eceran yang berbentuk toko, mini market, department store (toserba), pasar swalayan (supermarket) dan lain-lain. Untuk menghadapi persaingan, perusahaan harus bisa memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan berusaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar bisa menguasai pasar. Seperti halnya dengan pasar ritel. Pasar ritel itu sendiri merupakan suatu bisnis dan serta sebuah tempat yang menjual barang eceran khususnya menjual barang langsung kepada konsumen tanpa menjual kembali kepada orang lain. Toko Retail merupakan sebuah bisnis yang berkembang cukup pesat di Negara Indonesia. Menurut Badan Pusat Statistik pada tahun 2006 bisnis retail memiliki kontribusi 15,24 persen terhadap total PDB dan telah menyerap tenaga kerja 22,4 juta. Bisnis retail sendiri dibedakan menjadi dua, yaitu bisnis retail tradisional dan juga bisnis retail modern. Data dari Badan Pusat Statistik 2017 menyebutkan bahwa bisnis retail tradisional yang masih mendominasi sebesar 82,3 persen.² Hal ini disebabkan oleh

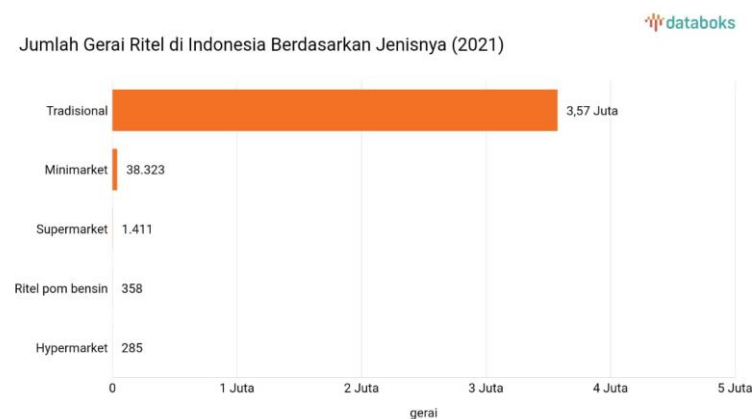
² Michael Setiawan dan Kristen Petra Ji Siwalankerto, "Analisis Manajemen Toko Retail Terang Jaya Elektrik Sragen" 9, no. 2 (2021).

Masyarakat Indonesia terutama di wilayah pedesaan yang sangat gemar membeli barang kebutuhan mereka dalam satu tempat.

Dengan maraknya usaha retail pada saat ini menimbulkan fenomena lapangan, yaitu persaingan yang semakin ketat dikalangan pengusaha retail baik retail modern maupun retail tradisional dalam memperoleh loyalitas dari para pelanggan. Pengusaha bisnis retail dituntut untuk bisa memberikan pelayanan terbaik kepada para konsumen agar mereka merasa puas dengan pelayanan, produk yang dijual, ataupun fasilitas yang telah disediakan supaya bisa tercipta loyalitas pada para pelanggan mereka. Tingkat persaingan toko retail dapat di buktikan dengan grafik peningkatan jumlah gerai retail yang ada di Indonesia pada tahun 2021, Dimana semakin banyak jumlah toko retail maka persaingan akan semakin ketat

Gambar 1. 1

Jumlah Gerai Retail Berdasarkan Jenisnya Tahun 2021



Sumber:
United States Department of Agriculture

Informasi Lain:

Sumber: United States Department of Agriculture

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas dapat diketahui bahwa aktivitas penjualan eceran masih didominasi oleh retail tradisional. Menurut data Euromonitor yang dihimpun oleh *United States Department of Agriculture* pada tahun 2021 ada 3,57 juta gerai retail tradisional di Indonesia. Sedangkan jumlah gerai minimarket justru mengalami peningkatan meskipun tidak terlalu signifikan, Pada tahun 2017 terdapat 31.488 kemudian bertambah menjadi 38.323 gerai di tahun 2021. Sementara itu retail modern berformat supermarket ada 1.411 unit, retail pom bensin 358 unit, dan hypermarket 285 unit pada tahun 2021, jumlah ketiganya menurun sejak 2019.³ Munculnya beragam jenis retail membuat konsumen memegang kendali atas pembelian. Pelanggan menjadi lebih cerdas sehingga Tingkat kehati-hatian dalam memilih jenis retail menjadi lebih tinggi. Hal ini membuat para pembisnis retail dituntut harus mampu meningkatkan kualitas internal dan eksternal unit bisnisnya agar bisa mendapatkan perhatian atau *Awareness* dan juga mendapatkan loyalitas dari pelanggan.

Untuk menghadapi situasi dan keadaan tersebut, pengusaha harus bisa cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan supaya usaha yang telah dibangun dapat berkembang dengan baik. Pelaku usaha dituntut harus bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Dalam memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan

³ Pahlevi Reza, "Ritel Tradisional Dominasi Usaha Penjualan Eceran di Indonesia," *Databoks*, 12 Juli 2022, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/12/ritel-tradisional-dominasi-usaha-penjualan-eceran-di-indonesia>.

dan keinginan pelanggannya. Hal tersebut yang nantinya bisa membuat para pelanggan merasa puas dan secara tidak langsung akan menimbulkan loyalitas pelanggan. Persaingan usaha retail dapat di buktikan dengan grafik indeks penjualan retail berikut ini. Dalam sebuah bisnis untuk bisa mendapatkan loyalitas dari pelanggan maka kita tidak boleh lupa dalam mengutamakan kepuasan pelanggan, karena kepuasan dapat membangun hubungan baik antara pelanggan dengan pelaku usaha. Kepuasan (*satisfaction*) merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena perbandingan kinerja yang dipresepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka⁴. Selain itu Loyalitas juga merupakan hal penting dalam sebuah bisnis karena dapat menjaga keberlangsungan usaha yang dijalankan. Loyalitas pelanggan memiliki arti sebuah bentuk kesetiaan dari pelanggan untuk membeli berbagai produk atau jasa secara konsisten, tidak hanya di waktu sekarang melainkan juga di waktu yang akan datang. Loyalitas terbentuk dari pengalaman seorang pelanggan dalam proses pembelian, yang merasa segala kinerja produk dan jasa sesuai dengan apa yang di harapkan.

Pengelolaan bisnis harus selalu melakukan improvisasi serta bisa menciptakan inovasi baru dalam menerapkan strategi berupa bauran ritel untuk bisa meningkatkan volume penjualan dan juga menjaga bisnis gara terus berjalan serta berkembang. Bauran ritel sendiri merupakan strategi

⁴ Kotler Philip dan Lane Keller Kevin, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009), hal. 139.

pemasaran yang mengacu pada lima elemen, yaitu Place, People, Product, Price, Promotion. Kelima elemen tersebut saling melengkapi satu dengan lainnya. Peritel dapat mengkombinasikan strategi tersebut menjadi jalan alternatif dalam upaya mendorong atau memotivasi konsumen untuk melakukan pembelian.

Menurut Kotler dan Keller menyatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan situasi yang pelanggan secara konsisten membelanjakan seluruh anggaran yang ada untuk membeli produk suatu layanan jasa dari penjual yang sama.⁵ Sedangkan menurut Olson loyalitas pelanggan merupakan dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk maupun jasa yang dihasilkan oleh badan usaha tersebut yang membutuhkan waktu lama serta melalui suatu proses pembelian yang terjadi secara berulang-ulang.⁶ Proses seorang calon pelanggan menjadi pelanggan yang loyal terhadap perusahaan harus melalui beberapa tahap yang setiap tahap memiliki kebutuhan khusus. Dengan mengenali setiap tahapan tersebut dan memenuhi kebutuhan khusus tersebut, usaha bisnis mempunyai peluang yang lebih besar untuk mengubah pembeli menjadi pelanggan yang loyal.

Setiap perusahaan harus mampu memperhatikan faktor-faktor utama yang dapat mempengaruhi tingkat loyalita pelanggan seperti misalnya tingkat kualitas

⁵ Husein Umar, "Faktor-faktor yang Memengaruhi Loyalitas Pelanggan pada Penerbangan Low Cost Carrier," *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTRANSLOG)* 1, no. 2 (7 Juli 2014): hal. 128, doi:10.54324/j.mtl.v1i2.13.

⁶ Mashuri Mashuri, "Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam," *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 9, no. 1 (26 Juni 2020): hal.58, doi:10.46367/iqtishaduna.v9i1.212.

pelayanan, keragaman produk dan lokasi yang harus dikorbankan untuk mendapatkan produk tersebut.⁷ Selain itu juga terdapat beberapa faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, terdapat lima faktor yang menyebabkan pelanggan loyal yaitu Nilai merek (brand value), Karakteristik pelanggan, Switching barrier, Customer satisfaction, Lingkungan yang kompetitif, selain itu ada beberapa faktor eksternal yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, seperti kebijakan pemerintah dalam hal regulasi dan monopoli di suatu daerah. Dalam penelitian kali ini peneliti ingin lebih menonjolkan pada faktor kualitas pelayanan, variasi produk, dan juga lokasi.⁸

Salah satu faktor dari loyalitas pelanggan, yaitu kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono kualitas pelayanan adalah suatu Upaya yang dilakukan sebuah industri untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan dengan bergantung kepada ketepatan penyampaian kepada pelanggan. Hubungan kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan adalah apabila kualitas pelayanan yang di berikan sesuai dengan harapan serta kinerja, maka pelanggan akan merasa Bahagia karena harapan mereka terpenuhi, hal tersebut secara tidak langsung akan menimbulkan loyalitas dari para pelanggan.⁹ Menurut hasil penelitian dari I Gede Benny Subawa dan Eka Sulistyawati dengan judul “Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap

⁷ Damiana Dakhi, Timotius Duha, dan Samanoi Halowo Fau, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan pada UD. Desta Jaya Hilisimatiano,” t.t., hal.21.

⁸ Rifa’i Khamdan, *Membangun Loyalitas pelanggan* (jember: Ziajama, 2019), hal.52.

⁹ Chusnul Rofiah Dwi Wahyuni, “Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang,” *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis* 12, no. 1 (1 April 2017): hal.73, doi:10.26533/eksis.v12i1.84.

Loyaitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi”. Menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, hal ini dikarenakan pelanggan merasa terpuaskan terhadap pelayanan dan mereka akan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan. Pelanggan seringkali tidak loyal disebabkan oleh adanya pelayanan yang buruk atau kualitas pelayanan yang semakin menurun dari yang diharapkan pelanggan.

Variasi produk memiliki arti sebagai bauran yang bisa disebut juga dengan pilihan produk dan barang yang ditawarkan serta dijual oleh penjual kepada pelanggan¹⁰. Menurut Kotler Variasi Produk sebagai ahli tersendiri merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan atau ciri-ciri. Sedangkan menurut Mikell P. Groover variasi produk merupakan sebuah produk yang memiliki desain atau jenis yang berbeda dan diproduksi oleh perusahaan. Hubungan antara variasi produk dan perilaku pembelian dalam mengambil keputusan pembelian sangat erat kaitannya dengan aktivitas penjualan perusahaan yang sedang berlangsung. Sebuah bisnis akan gagal apabila tidak mampu mengembangkan atau menginovasikan produk-produk mereka sesuai dengan keinginan pelanggan. Menurut hasil penelitian Efrida Julianti Hasibuan, Elida Florentina Sinaga Simanjorang, dan Bhakti Helvi dengan judul “Pengaruh Variasi Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Holat Afifah

¹⁰ Titik Efnita, “*Effect of Variation of Products, the Service Quality, Price and Location on Customer Satisfaction Wedding Organizer*” 2, no. 2 (2017): 111.

Rantauprapat Kabupaten Labuhanbatu” menyatakan bahwa variasi produk dengan loyalitas pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Lokasi adalah salah satu faktor penting yang digunakan sebagai tempat penunjang kegiatan bisnis, karena lokasi merupakan tempat terjadinya aktivitas yang dilakukan oleh suatu bisnis. Menurut Lupiyoadi lokasi adalah suatu keputusan dimana sebuah perusahaan bertempat dan beroperasi. Memilih sebuah lokasi bisnis merupakan hal yang sangat penting, karena lokasi merupakan tolak ukur dari pembisnis untuk menentukan jangka waktu bisnis tersebut apakah bisa bertahan dengan jangka waktu yang Panjang atau tidak. Memilih lokasi bisnis merupakan keputusan penting yang harus membujuk pelanggan untuk datang ke tempat bisnis dalam memenuhi kebutuhan mereka, serta dapat mencapai tujuan dalam bisnis¹¹. Variabel lokasi dengan loyalitas pelanggan memiliki hubungan yang dapat dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan Anisa Putri Rohmani dengan judul “Pengaruh Kenyamanan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening”. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, artinya lokasi yang strategis dari jangkauan konsumen menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan laba serta loyalitas pelanggan.

¹¹ Jeff F W Soriton, Johny R E Tampi, dan Olivia F Walangitan, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Berusaha Motor Kawangkoan” 2, no. 7 (2021): hal. 538.

Berdasarkan dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, variasi produk, dan lokasi mempunyai pengaruh yang penting dalam menumbuhkan sikap loyal para pelanggan. Maka dari itu para pengusaha toko retail diharapkan selalu memperhatikan faktor-faktor tersebut agar usaha retail yang mereka rintis masih bisa berjalan meskipun banyak pesaing baru yang bermuculan. Sekarang ini bisa kita lihat di sekeliling banyak sekali usaha toko retail eceran yang berdiri secara berdekatan, barang yang mereka jual pun juga hampir sama. Maka dari itu pengusaha toko retail di tuntut untuk terus bisa inovatif dalam mengembangkan usaha mereka.

Penelitian ini dilakukan di toko Halona yang merupakan toko retail eceran di desa Pakisrejo, Rejotangan, Tulungagung yang didirikan oleh bapak Fedy Prasetyo yang berdiri sejak tahun 2017. Toko halona menjual berbagai barang-barang keperluan Masyarakat, seperti peralatan sekolah, peralatn elektronik, makanan instan, bumbu instan, kosmetik, dan masih banyak lagi. Sekarang ini toko Halona telah mampu berkembang cukup pesat dengan membuka satu toko satu toko lagi yang jaraknya tidaklah berjauhan dengan toko pertama. Toko kedua ini lebih diperuntukkan untuk barang-barang elektronik.

Alasan menggunakan toko Halona sebagai objek penelitian adalah sejak awal berdiri toko Halona mampu menarik banyak pelanggan dan mampu bersaing dengan toko-toko retail yang berada di desa Pakisrejo. Faktor yang membuat toko Halona menjadi salah satu toko yang digemari

walaupun masih awal buka adalah dari segi pelayanan, harga yang di tawarkan setiap produk terjangkau, produk yang dijual beragam, dan kualitas produk sesuai dengan harga yang ditawarkan¹². Faktor-faktor di atas yang membuat pelanggan puas dan bisa menciptakan loyalitas. Selain itu toko retail Halona yang selalu memperhatikan segala aspek dalam bisnis mereka terutama lokasi toko, tata letak barang dalam toko, kerapian, dan juga keindahan interior. Pelanggan toko Halona juga tidak hanya masyarakat desa pakisrejo tetapi juga meluas hingga luar desa. Hal tersebut yang nantinya mempermudah peneliti dalam menemukan responden penelitian konsumen yang pernah melakukan kegiatan pembelian di toko Halona.

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Supertini N.P.S, Telagawathi N.L.W.S, dan Yulianthini N.N yang membahas tentang Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pusaka Kebaya di Singaraja, menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan kepuasan pelanggan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada Pusaka Kebaya di 50 Singaraja. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Band bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan yang terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut.¹³

¹² Ridha Maisaroh dan Maulida Nurhidayati, "Fakto-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Toko Stars Madiun 2," *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 1, no. 2 (6 Desember 2021): 197–216, doi:10.21154/niqosiya.v1i2.282.

¹³ Ni Putu Sri Supertini, Ni Luh Wayan Sayang Telagawati, dan Ni Nyoman Yulianthini, "Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pusaka Kebaya

Selain itu terdapat juga penelitian yang dilakukan oleh Hanoum Nabila dan Siti Aisah yang membahas tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Pelindo Terminal Branch Jamrud yang menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan tidak ada pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.¹⁴ Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ageng Budi Lestari, Musfiana, Ruaida, Raihani yang membahas tentang Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Permasi Textile Gampong Baru Banda Aceh menunjukkan hasil bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Permasi Gampong Baru Banda Aceh. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula loyalitas suatu pelanggan terhadap Toko Permasi Textile Gampong Baru Banda Aceh. Sedangkan untuk variabel harga, secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan dan hal ini menjadikan harga bukan sebagai faktor dalam menentukan loyalitas suatu pelanggan.¹⁵ Dilihat dari penelitian terdahulu dapat dilihat bahwa dari tiga variabel independent, dua di antaranya belum dikaji terkait variasi produk dan juga lokasi terhadap loyalitas pelanggan, sehingga menjadi pembeda dan kebaharuan

di Singaraja,” *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis* 2, no. 1 (6 Juli 2020): hal.70, doi:10.23887/pjmb.v2i1.26201.

¹⁴ Hanoum Nabila dan Siti Aisah, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Pelindo Multi Terminal Branch Jamrud,” 23 Desember 2023, hal.427, doi:10.5281/ZENODO.10427089.

¹⁵ Ageng Budi Lestari, “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Permasi Textile Gampong Baru Banda Aceh” 3, no. 2 (2022): hal. 1-8.

dibandingkan penelitian yang sudah ada, selain itu lokasi yang digunakan oleh peneliti juga masih pertama kali diteliti terutama yang berkaitan tentang loyalitas pelanggan. Pada penelitian kali ini ada beberapa hipotesis atau dugaan, yaitu kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada toko Halona Pakisrejo Rejotangan Tulungagung, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada toko Halona Pakisrejo Rejotangan Tulungagung. Variasi produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada toko Halona Pakisrejo Rejotangan Tulungagung, variasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada toko Halona Pakisrejo Rejotangan Tulungagung. Lokasi tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada toko Halona Pakisrejo Rejotangan Tulungagung, Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada toko Halona Pakisrejo Rejotangan Tulungagung.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan memuat peneliti tertarik melakukan penelitian tersebut. Selain itu penelitian ini digunakan untuk menguji apakah faktor kualitas pelayanan, variasi produk, dan lokasi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di toko Halona. Hal tersebutlah yang menjadi rujukan bagi peneliti dalam menulis skripsi dengan judul. **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Produk, dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Toko Halona Pakisrejo Rejotangan Tuungagung)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat diidentifikasi permasalahan penelitian, yaitu:

1. Kualitas pelayanan mempunyai peran penting dalam membentuk sikap loyal dari para pelanggan. Perusahaan harus bisa memberikan pelayanan terbaik agar bisa memenuhi ekspektasi para pelanggan.
2. Variasi produk mempunyai peran penting dalam membentuk loyalitas pelanggan. Semakin lengkap dan bervariasi produk yang tersedia maka membuat para pelanggan akan merasa puas karena kebutuhan mereka bisa di penuhi dalam satu tempat.
3. Lokasi mempunyai peran penting dalam membentuk loyalitas pelanggan. Lokasi yang tepat, strategis dan mudah di akses oleh semua orang menjadi salah satu alasan pelanggan mau datang Kembali untuk melakukan pembelian ulang.
4. Faktor kualitas pelayanan, variasi produk, dan lokasi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada toko Halona?
2. Apakah terdapat pengaruh antara variabel variasi produk terhadap loyalitas pelanggan pada toko Halona?
3. Apakah terdapat pengaruh antara variabel lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada toko halona?

4. Apakah terdapat pengaruh secara simultan antara variabel kualitas pelayanan, variasi produk, dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada toko halona?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di toko halona
2. Untuk menguji apakah terapat pengaruh antara variabel variasi produk terhadap loyalitas pelanggan di toko halona
3. Untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara variabel lokasi terhadap loyalitas pelanggan di toko Halona.
4. Untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara variable kualitas pelayanan, variasi produk,dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan di toko Halona.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu peneliti selanjutnya dalam menambah atau mengembangkan wawasan yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam sebuah bisnis. Selain diharapkan dapat memberikan manfaat serta menambah wawasan baru yang digunakan sebagai referensi mengenai ilmu pengetahuan ekonomi dan bisnis.

2. Manfaat Secara Praktisi

- a. Bagi Pemilik Toko Halona

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan acuan untuk menyusun strategi dan sebagai bahan evaluasi untuk kedepannya mengenai faktor-faktor yang harus dipertahankan dan dikembangkan untuk bisa mendapatkan dan mempertahankan loyalitas dari para pelanggan toko Halona Pakisrejo Rejotangan Tulungagung.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini digunakan sebagai bahan bacaan bagi Masyarakat untuk menambah wawasan mengenai faktor-faktor yang harus diterapkan untuk mendapatkan loyalitas pelanggan dalam berbisnis.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian bisa digunakan untuk rujukan atau Pustaka untuk penelitian yang sama dan dapat mengembangkannya lebih baik lagi.

F. Ruang Lingkup Dan Keterbatasannya

1. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini membahas mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Produk, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi kasus pada Toko Halona Pakisrejo Rejotangan Tulungagung. Selain itu penelitian ini juga digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel X terhadap Variabel Y di mana X adalah variabel bebas yang terdiri dari X1 (kualitas pelayanan), X2 (variasi produk), X3 (lokasi) dan variabel Y merupakan variabel dependen, yaitu loyalitas pelanggan.

2. Keterbatasan Penelitian

Batas penelitian ini hanya menguji pengaruh kualitas pelayanan, variasi produk, dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan dengan instrumen derivative yang hanya meneliti satu objek, yaitu toko retail Halona yang ada di desa Pakisrejo Rejotangan Tulungagung.

G. Penegasan Istilah

Berkaitan dengan judul penelitian diperlukan adanya penjelasan lebih lanjut untuk menghindari adanya salah penafsiran mengenai permasalahan yang diangkat. Oleh karena itu perlu menguraikan setiap istila-istilah yang ada di dalam judul penelitian ini:

1. Definisi Konseptual

a. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah suatu pernyataan mengenai respon dan sikap seorang pelanggan terhadap suatu produk yang dapat di ukur dengan membandingkan antara harapan dan kenyataan yang dialami oleh seorang pelanggan¹⁶.

b. Variasi Produk

Variasi produk dapat diartikan sebagai sebuah keanekaragaman suatu barang dalam sebuah Perusahaan yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan, dan ciri-ciri lainnya, selain itu variasi produk dapat digunakan oleh Perusahaan

¹⁶ Nilasari Eswika dan Istiatin, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo," *Jurnal Paradigma* 13, no. 01 (2015): 4.

sebagai salah satu strategi untuk bersaing dengan para produsen lainnya¹⁷.

c. Lokasi

Lokasi merupakan tempat untuk setiap bisnis dan merupakan suatu keputusan penting, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebelum bisnis dimulai¹⁸. Menentukan lokasi yang tepat untuk bisnis merupakan hal yang harus dipertimbangkan dengan matang karena tempat usaha bisa mempengaruhi pelanggan yang datang.

d. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan sebuah ikatan antara pelanggan terhadap suatu barang, jasa, merk, ataupun toko yang ditunjukkan oleh perilaku (*attitude*) positif dan wujud tindakan seperti membeli serta menggunakan kembali barang atau jasa tersebut secara konsisten¹⁹.

2. Definisi Operasional

Definisi secara operasional dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Produk, dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Toko Halona Pakisrejo

¹⁷ Astri Ayu Purwati et. all, “Analisis Pengaruh Iklan, Harga dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko Rumah Pekanbaru,” *Jurnal Ekonomi KIAT* 30, no. 1 (2019).

¹⁸ Sandra Fitriyani, Trisna Murni, dan Sri Warsono, “Pemilihan Lokasi Usaha dan Pengaruhnya terhadap Keberhasilan Usaha Jasa BBerskala Mikro dan Kecil,” *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen* 13, no. 1 (12 Mei 2019): hal. 49, doi:10.33369/insight.13.1.47-58.

¹⁹ Hary Irvan Tarigan dan Yulinda S. Manurung dan Winida Marpaung, “Loyalitas Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Pada Pelanggan Jasa Transportasi Online,” *Journal of Psychology* 03, no. 01 (2019): 1–74.

Rejotangan Tulungagung)” adalah sebuah kegiatan menguji seberapa besar pengaruh dari variabel kualitas pelayanan, variasi produk, dan juga lokasi terhadap loyalitas pelanggan untuk melakukan kegiatan pembelian di toko Halona.

H. Sistematika Skripsi

Dalam penulisan penyusunan skripsi kuantitatif terbagi menjadi tiga bagian, yaitu:

1. Bagian Awal

Pada bagian awal terdiri dari: halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar table, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi dan abstrak.

2. Bagian utama

Pada bagian utama terdiri dari 6 bab yang setiap babnya saling berkaitan satu sama lain:

BAB I pendahuluan terdiri dari: latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II kajian Pustaka, terdiri dari kajian fokus, hasil penelitian terdahulu, dan kerangka berpikir.

BAB III metode penelitian, meliputi: pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, Teknik pengumpulan data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap penelitian.

BAB IV hasil penelitian, meliputi: paparan data dan temuan penelitian.

BAB V pembahasan, yang berisi tentang analisis dengan cara melakukan konfirmasi dan sintesis antara temuan penelitian dengan teori dan penelitian yang ada.

BAB VI penutup, meliputi: kesimpulan dan saran.

3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir berisi tentang uraian yang meliputi daftar Pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan, dan daftar Riwayat hidup