

**PENGARUH PELAYANAN DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN TOSERBA LUWES KLATEN**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

Peminatan :

Manajemen Pemasaran



Diajukan Oleh :

BAGUS EDI BAGASKORO

NIM: 1321103492

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIDYA DHARMA KLATEN**

April 2017

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH PELAYANAN DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN TOSERBA LUWES KLATEN**

Diajukan Oleh :

BAGUS EDI BAGASKORO

NIM: 1321103492

Telah disetujui pembimbing untuk dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Widya Dharma Klaten
pada tanggal

Pembimbing utama



**H. Arif Julianto SN, SE, M.Si.
NIK 690 301 250**

Pembimbing pendamping



**Hj. Anis Marjukah, SE, MM.
NIK 690 994 143**

Mengetahui :

Ketua Jurusan Manajemen



**Abdul Haris, SE, MM, M.Pd.
NIK 690 098 194**

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH PELAYANAN DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN TOSERBA LUWES KLATEN**


Diajukan Oleh :

BAGUS EDI BAGASKORO

NIM: 1321103492


Telah dipertahankan dan disetujui oleh Dewan Penguji Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten dan diterima untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada tanggal.....

Ketua




Abdul Haris, SE, MM, M.Pd.
NIK 690 098 194

Sekretaris



Wahjoe Sri Irwanto, SE, M.Pd.
NIK 690 995 161

Penguji Utama



H. Arif Julianto SN, SE, M.Si.
NIK 690 301 250

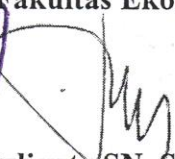
Penguji Pendamping



Hj. Anis Marjukah, SE, MM
NIK 690 994 143



Disahkan oleh :
Dekan Fakultas Ekonomi



H. Arif Julianto SN, SE, M.Si.
NIK 690 301 250

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bagus Edi Bagaskoro

NIM : 1321103492

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi

Judul : Pengaruh Pelayanan dan Keragaman Produk terhadap
Loyalitas Konsumen Toserba Luwes Klaten

adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas dari plagiat. Hal-hal yang bukan merupakan karya saya dalam skripsi ini telah diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam Daftar Pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan Ijazah dan pencabutan gelar yang saya peroleh dari skripsi ini.

Klaten, Maret 2017
Yang membuat pernyataan,



Bagus Edi Bagaskoro

MOTTO

“ Kesuksesan adalah 1% kejeniusan dan 99% kerja keras.”

(Thomas Alfa Edison)

“Pengetahuan akan menempatkan Anda diantara orang-orang bijak. Tindakan
akan menempatkan Anda diantara orang-orang sukses.

Pengertian menempatkan Anda diantara orang-orang yang berbahagia.”

(Dr. Ibrahim Elfiky)

PERSEMBAHAN

Teriring rasa syukur kepada-Nya, kupersembahkan karyaku ini untuk:

1. Orang tua yang selalu memberikan doa restunya
2. Rekan-rekan seperjuangan
3. Almamaterku

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur ke hadirat Tuhan YME atas segala berkatnya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Pelayanan dan Keragaman Produk terhadap Loyalitas Konsumen Toserba Luwes Klaten”**.

Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk melengkapi sebagian daripada syarat ujian akhir guna meraih gelar sarjana ekonomi pada Universitas Widya Dharma Klaten.

Penulis menyadari bahwa dengan kemampuan yang terbatas baik pengalaman maupun ilmu yang dimiliki, sudah barang tentu skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak.

Penyusunan skripsi ini bukanlah terwujud oleh penulis semata-mata tetapi pihak lain yang telah mendorong dan membantu dalam penyelesaiannya, atas semua bantuan tersebut penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada yang terhormat :

1. Bapak H. Arif Julianto SN, SE. M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten sekaligus Dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Abdul Haris, SE, MM, M.Pd, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten,

3. Ibu Hj. Anis Marjukah, SE, MM., Dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini
4. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi.

Semoga Tuhan membalas amal baik semua pihak yang dengan ikhlas memberikan bantuan dan bimbingan. Meskipun masih banyak kekurangannya, diharapkan skripsi ini memberi manfaat baik bagi pembaca maupun peneliti diantaranya menambah wawasan dan pengetahuan.

Klaten, Maret 2017

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Alasan Pemilihan Judul	6
C. Penegasan Judul	6
D. Pembatasan Masalah	7
E. Perumusan Masalah	7
F. Tujuan Penelitian	8
G. Manfaat Penelitian	8
I. Hipotesis	9
J. Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pemasaran	11

B. Pengertian Pelayanan	17
C. Keragaman Produk.....	19
D. Perilaku Konsumen	22
E. Loyalitas Konsumen	26
F. Penelitian Terdahulu	29
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Metode Penelitian	31
B. Teknik Analisis Data	32
C. Gambaran Umum Toserba Luwes Klaten.....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Karakteristik Responden Penelitian	42
B. Analisis Data	44
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	55
B. Saran-saran	56
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Rekapitulasi Pekerjaan Konsumen.....	42
Tabel 4.2 Umur Responden	43
Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden	44
Tabel 4.4 Penghitungan Nilai antar Variabel.....	45

ABSTRAK

BAGUS EDI BASKORO, NIM. 1321103492, Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Widya Dharma Klaten. Skripsi. **“PENGARUH PELAYANAN DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN TOSERBA LUWES KLATEN”**

Tujuan penelitian ini adalah untuk : 1) menguji pengaruh antara pelayanan terhadap loyalitas konsumen Toserba Luwes Klaten, 2) menguji pengaruh antara keragaman produk terhadap loyalitas konsumen Toserba Luwes Klaten, 3) menguji pengaruh antara pelayanan dan keragaman produk terhadap loyalitas konsumen Toserba Luwes Klaten.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Metode untuk mengumpulkan data dengan wawancara, observasi dan kuesioner. Variabel dalam penelitian ini adalah pelayanan (X_1) dan keragaman produk (X_2) serta loyalitas konsumen (Y). Teknik analisis data dengan analisis korelasi Product Moment.

Dari hasil analisis pembuktian hipotesis dengan uji t diperoleh hasil perhitungan uji t untuk X_1 , t hitung = 3,33 yang lebih besar dari t tabel 2,021 untuk $N = 50$ maka kesimpulanya hipotesis diterima atau terbukti kebenarannya untuk variabel pelayanan (X_1). Sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pelayanan dengan loyalitas konsumen. Sedangkan Nilai t hitung untuk $X_2 = 6,25$ yang lebih besar dari t tabel 2,021 untuk $N = 50$ maka kesimpulanya hipotesis diterima dan terbukti kebenarannya untuk variabel keragaman produk (X_2), sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara keragaman produk dengan loyalitas konsumen.

Keywords : *pelayanan, keragaman produk, loyalitas konsumen*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berbelanja merupakan aktivitas yang sering dilakukan setiap orang, baik berbelanja kebutuhan pokok, sekunder maupun tersier. Aktivitas berbelanja bisa dilakukan di pusat perbelanjaan tradisional, maupun pusat perbelanjaan modern. Namun dewasa ini masyarakat cenderung memilih ke pusat perbelanjaan modern, karena selain lebih terkesan rapi dan bersih, pusat perbelanjaan modern juga menyediakan fasilitas yang menunjang dan bernuansa rekreasi.

Di jaman yang berkembang ini, berbelanja menjadi semakin mudah, yaitu dengan sistem online. Sistem dimana orang hanya butuh jaringan internet kemudian melakukan transaksi secara online dan barang akan dikirim sesuai pesanan. Sistem ini tergolong singkat dan tidak membutuhkan waktu yang lama. Dimanapun berada orang bisa melakukan dan penjual akan melayani dengan cepat dalam hitungan hari. Bahkan pembeli bisa membayar barang tersebut saat barang diterima. Akan tetapi sistem ini belum mampu membuat pembeli dan penjual membawa suasana berbelanja sesungguhnya. Yaitu suasana merasakan bisa melihat, memilih dan mencoba barang secara langsung atau suasana berbelanja itu sendiri.

Pusat perbelanjaan berlomba-lomba agar ramai didatangi pengunjung guna mampu bersaing dengan toko *online*. Tidak hanya menyediakan

kebutuhan berbelanja, pusat perbelanjaan juga menawarkan banyak fasilitas seperti *kid's fun*, permainan untuk keluarga, ruang terbuka yang mampu melayani setiap anggota keluarga, dari anak kecil sampai dewasa. Dalam hal ini pusat perbelanjaan dapat berperan memberikan edukasi terhadap anak kecil, serta memenuhi kebutuhan refreasing bagi remaja dan orang dewasa dengan fasilitas tersebut.

Pusat perbelanjaan menjadi salah satu tempat yang menarik untuk dikunjungi khususnya di perkotaan dan telah menjadi tren gaya hidup kaum urban. Mengunjungi pusat perbelanjaan saat ini tidak hanya sekedar membeli barang-barang kebutuhan sehari-hari, melainkan telah berubah lebih luas lagi sebagai media untuk berkumpul (*meeting point*), hiburan dan rekreasi, atau sekedar cuci mata. Pergeseran gaya hidup perkotaan ini telah membuat pusat perbelanjaan tumbuh pesat di kota-kota besar dan pusat-pusat pertumbuhan baru, dan tidak menutup kemungkinan di daerah.

Tumbuhnya pusat perbelanjaan memunculkan persaingan tersendiri bagi pengusaha-pengusaha yang bergerak dalam bidang ini. Mereka saling berlomba dalam menarik konsumen agar lebih tertarik untuk mengunjungi pusat perbelanjaan maupun toko yang mereka buka. Berbagai cara dilakukan baik dalam bentuk keragaman produk, promosi maupun pemberian fasilitas yang membuat konsumen nyaman untuk dapat menarik konsumen baru maupun mempertahankan konsumen setia mereka. Karena tidak dapat dipungkiri bahwa konsumen yang loyal sangat penting bagi perkembangan bisnis yang mereka jalani.

Loyalitas secara harfiah dapat diartikan sebagai kesetiaan seseorang terhadap suatu objek. Mowen dan Minor sebagaimana yang dijelaskan dalam Mardalis (2005:111) mendefinisikan loyalitas konsumen sebagai kondisi dimana konsumen mempunyai sikap positif terhadap suatu merek, mempunyai komitmen pada merek tersebut dan bermaksud meneruskan pembeliannya di masa yang akan datang. Terciptanya loyalitas konsumen dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara toko dan konsumennya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan toko (Tjiptono, 2004: 349).

Untuk membuat konsumen loyal terhadap produk yang dijual di toko serta dapat mengatasi persaingan yang sangat tajam dengan toko lain, diperlukan penerapan strategi pemasaran yang tepat guna mengantisipasi situasi dan kondisi lingkungan yang terus berubah, baik itu makro maupun mikro. Perencanaan strategi yang matang sangat diperlukan untuk meningkatkan atau menstabilkan jumlah konsumen. Selain menerapkan strategi-strategi pemasaran juga diperlukan suatu perbaikan atau inovasi disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan konsumen yang selalu berubah mengikuti perkembangan jaman. Dengan adanya strategi dan inovasi-inovasi tersebut diharapkan agar konsumen tidak bosan dengan suatu produk tertentu dan menjadi konsumen setia produk tersebut.

Dilain pihak toko harus beranggapan bahwa konsumen bak raja yang ingin diberikan pelayanan yang lebih supaya konsumen menjadi konsumen tetap. Pelayanan kepada konsumen merupakan aspek penting, karena dengan

fasilitas pelayanan yang diberikan merupakan suatu usaha menarik konsumen dalam membeli barangnya, selain kualitas produk yang terjamin mendorong para konsumen akan merasa puas dengan barang yang diinginkan. Jika konsumen merasa puas, maka konsumen tersebut akan memperlihatkan peluang membeli barang yang lebih banyak untuk pembelian berikutnya. Dalam arti kata, apabila konsumen merasa cocok, maka frekuensi pembelian atau berbelanja akan lebih tinggi, karena konsumen sebagai konsumen merasa puas atas pelayanan dan produk yang ditawarkan.

Selain pelayanan, yang juga sangat penting untuk dapat menarik konsumen agar selalu berkunjung pada sebuah toko adalah masalah produk karena konsumen akan memilih toko mana yang akan di kunjungi dengan mempertimbangkan lengkap tidaknya produk yang di jual pada toko itu, jika ada toko yang lebih lengkap meskipun jarak yang ditempuh agak jauh maka konsumen akan mengunjungi toko yang lebih lengkap produknya. Pada dasarnya tidak ada patokan tentang jumlah dan jenis barang yang bisa dipajang di etalase toko. Akan tetapi paling tidak kita merefleksi sedikit tentang arti dari toko itu sendiri. Tentunya mendekati keinginan pasar, sekali belanja bisa mendapatkan berbagai macam kebutuhannya. Berarti varian barang yang ditawarkan juga harus variatif.

Di Kabupaten Klaten aktivitas berbelanja sangat meningkat, hal ini ditandai dengan adanya toko-toko baru yang muncul dengan menjual berbagai macam barang dan menawarkan jasa. Toko-toko yang lama bersaing dengan memperbaiki fasilitas dan melengkapi kebutuhan pasar. Hal ini akan mempengaruhi minat dan daya tarik calon pembeli.

Kebutuhan bahan makanan, kebutuhan rumah tangga, perlengkapan dapur serta perlengkapan sekolah ditemui di perbelanjaan tradisional dan perbelanjaan modern di Klaten. Konsumen lebih cenderung ke pasar tradisional guna memenuhi kebutuhan akan sayur-mayur, buah-buahan serta bahan makanan basah, sedangkan untuk memenuhi kebutuhan seperti makanan kering, kebutuhan rumah tangga, perlengkapan sekolah, konsumen cenderung ke pusat perbelanjaan modern.

Toserba Luwes sebagai pusat pembelanjaan menyediakan berbagai aneka barang dengan berbagai jenis, merk, dan ukuran pada tingkat harga yang bervariasi. Meskipun demikian banyaknya pengusaha yang bergerak dalam bidang yang sama di daerah Klaten membuat perusahaan harus jeli dalam menarik konsumennya agar selalu setia. Salah satu cara yang diterapkan oleh Toserba Luwes adalah dengan mengedepankan pelayanan pada konsumen.

Dengan mengedepankan pelayanan pada konsumen tersebut Toserba Luwes dirasa dapat menarik loyalitas dari konsumennya. Bagi para konsumen setianya, dibandingkan dengan toserba lain yang cukup dikenal di daerah Klaten seperti Laris maupun Mitra, pelayanan yang diberikan oleh karyawan Toserba Luwes dirasa lebih baik. Keanekaragaman produk serta harga lebih murah yang ditawarkan dapat bersaing dengan toserba lainnya. Disamping itu bagi masyarakat di wilayah Klaten bagian timur lokasi Toserba Luwes lebih terjangkau dibanding harus ke Laris maupun Plaza Klaten yang terletak di pusat kota.

Dari uraian di atas banyak variabel-variabel yang mempengaruhi keberhasilan suatu toko dalam meningkatkan loyalitas konsumennya. Oleh karenanya penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan mengambil judul: “PENGARUH PELAYANAN DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN TOSERBA LUWES KLATEN”

B. Alasan Pemilihan Judul

Di Kabupaten Klaten aktivitas berbelanja sangat meningkat, hal ini ditandai dengan adanya toko-toko baru yang muncul dengan menjual berbagai macam barang dan menawarkan jasa, yang berarti semakin besar persaingan yang terjadi diantara toko-toko sejenis. Untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas konsumennya, maka toko perlu mempunyai strategi agar konsumen bersedia membeli produk yang dijual oleh toko. Dalam hal ini toko dituntut untuk selalu meningkatkan mutu maupun kualitas pelayanannya. Disamping itu pelayanan yang diberikan oleh pihak toko kepada konsumennya ikut memberi andil bagi terbentuknya loyalitas konsumen.

C. Penegasan Judul

Untuk menghindari kekeliruan dalam memahami atau menafsirkan maka dalam penelitian ini dikemukakan penegasan judul sebagai berikut :

1. Pelayanan

Pelayanan merupakan suatu usaha yang bertujuan menarik perhatian konsumen dalam upaya menimbulkan minat untuk membeli atas barang

dan jasa yang ditawarkan dalam upaya menciptakan kepuasan terhadap diri konsumen

2. Keragaman Produk

Keragaman produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas dan kualitas produk yang di tawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko.

3. Loyalitas konsumen

Loyalitas konsumen adalah suatu pembelian ulang yang dilakukan oleh seorang konsumen karena komitmen pada suatu merek atau toko.

D. Pembatasan Masalah

Permasalahan yang akan penulis teliti ini akan menjadi kabur maknanya tanpa adanya pembatasan masalah yang mendasarinya. Adapun permasalahan yang penulis ajukan dibatasi pada pengaruh pelayanan dan keragaman produk terhadap loyalitas konsumen Toserba Luwes Klaten.

E. Perumusan Masalah

Dari uraian latar belakang, penegasan judul dan pembatasan masalah di atas maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu :

1. Adakah pengaruh antara pelayanan terhadap loyalitas konsumen Toserba Luwes Klaten?

2. Adakah pengaruh antara keragaman produk terhadap loyalitas konsumen Toserba Luwes Klaten?
3. Adakah pengaruh antara pelayanan dan keragaman produk terhadap loyalitas konsumen Toserba Luwes Klaten?

F. Tujuan Penelitian

Secara umum penelitian bertujuan untuk menemukan, mengembangkan dan menguji sesuatu pendapat yang benar dan nyata pada objek yang diteliti. Namun secara spesifikasi tujuan penelitian adalah :

1. Untuk menguji pengaruh antara pelayanan terhadap loyalitas konsumen Toserba Luwes Klaten.
2. Untuk menguji pengaruh antara keragaman produk terhadap loyalitas konsumen Toserba Luwes Klaten.
3. Untuk menguji pengaruh antara pelayanan dan keragaman produk terhadap loyalitas konsumen Toserba Luwes Klaten.

G. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Pihak Penulis

Sebagai wahana penerapan teori yang selama ini telah diperoleh di bangku kuliah dan memperoleh pengetahuan serta memperoleh pengalaman di lapangan.

2. Bagi Toko

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi toko dalam mengambil kebijaksanaan dalam hal pelayanan dan keragaman produk agar loyalitas konsumen dapat meningkat

3. Bagi Pihak lain

Penelitian ini di harapkan dapat sebagai bahan pertimbangan dan referensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian yang serupa.

H. Hipotesis

Hipotesis merupakan kesimpulan awal yang harus diuji kebenarannya melalui suatu penelitian terlebih dahulu untuk menentukan kesimpulan akhir.

Adapun hipotesisi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Diduga ada pengaruh antara pelayanan terhadap loyalitas konsumen Toserba Luwes Klaten.
2. Diduga ada pengaruh antara keragaman produk terhadap loyalitas konsumen Toserba Luwes Klaten.
3. Di duga ada pengaruh antara pelayanan dan keragaman produk terhadap loyalitas konsumen Toserba Luwes Klaten.

I. Sistematika Skripsi

Penyusunan skripsi ini terdiri dari lima bab di mana masing-masing bab dibagi lagi menjadi beberapa sub bab. Kelima bab tersebut berisi :

Bab I. Pendahuluan menguraikan tentang latar belakang masalah, alasan pemilihan judul, penegasan judul, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, hipotesis, dan sistematika penulisan.

Bab II. Tinjauan Pustaka meliputi pengertian pemasaran, pelayanan, keragaman produk, dan loyalitas konsumen.

Bab III. Metode Penelitian. Pada bab ini berisi tentang metode penelitian, teknik analisis data serta gambaran umum objek penelitian.

Bab IV. Hasil dan Pembahasan. Dalam bab ini akan dianalisa pengaruh antara pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada Toserba Luwes Klaten.

Bab V. Simpulan dan Saran menguraikan tentang kesimpulan hasil penelitian dan memberikan beberapa saran untuk dijadikan masukan bagi yang bersangkutan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab V ini akan dikemukakan tentang kesimpulan yang diambil berdasarkan pembahasan dan analisis data dalam bab-bab terdahulu, dan bertitik tolak dari kesimpulan yang diambil akan diberikan saran-saran dengan harapan akan dapat memberikan masukan-masukan bagi Toserba Luwes Klaten.

A. Simpulan

1. Dari perhitungan dengan rumus koefisien korelasi diperoleh $r_{x_1y} = 0,43$ dan $r_{x_2y} = 0,67$. Selanjutnya hasil tersebut dikonsultasikan dengan r tabel dengan $N = 50$ pada signifikansi 5% adalah 0,279. Jadi r hitung $>$ r tabel untuk X_1 ($0,43 > 0,297$). Hal ini berarti terdapat pengaruh yang positif antara pelayanan dengan loyalitas konsumen. Sedangkan untuk kualitas produk (X_2), r hitung $>$ r tabel ($0,67 < 0,297$) yang berarti terdapat pengaruh yang positif antara keragaman produk dan loyalitas konsumen.
2. Dari perhitungan uji t dapat diketahui Untuk X_1 , t hitung = 3,3 yang lebih besar dari t tabel 2,021 untuk $N = 50$ maka kesimpulannya hipotesis diterima atau terbukti kebenarannya untuk pelayanan (X_1). Sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pelayanan dengan loyalitas konsumen. Sedangkan Nilai t hitung untuk X_2 = 6,25 yang lebih besar dari t tabel 2,021 untuk $N = 50$ maka kesimpulannya hipotesis diterima dan terbukti kebenarannya untuk

keragaman produk (X_2), sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara keragaman produk dengan loyalitas konsumen.

3. Variabel keragaman produk mempunyai nilai koefisien korelasi yang lebih besar dibandingkan dengan variabel pelayanan, hal ini menunjukkan bahwa keragaman produk memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap loyalitas konsumen dibandingkan dengan variabel pelayanan.
4. Dari perhitungan dengan analisis regresi dapat diperoleh persamaan persamaan regresi untuk X_1 adalah $Y = 10,36 + 0,34X$, $a = 10,36$ (konstanta) tanpa ada pelayanan yang baik masih ada loyalitas konsumen sebesar 10,36 satuan. $b = 0,34$ (slope) jika pelayanan naik satu satuan maka loyalitas konsumen juga naik 0,34 satuan. Sedangkan persamaan regresi untuk $X_2 = Y = 4,65 + 0,67X$, $a = 4,65$ (konstanta) tanpa ada keragaman produk masih ada loyalitas konsumen sebesar 4,65 satuan. $b = 0,67$ (slope) jika keragaman produk naik satu satuan maka loyalitas konsumen juga naik 0,67satuan.
5. Nilai slope dua variabel lebih dominan keragaman produk.

B. Saran-saran

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dan dukungan teori yang dikemukakan para ahli, penulis akan mengemukakan beberapa saran sebagai berikut.

1. Dari hasil penelitian pelayanan dan keragaman produk menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan, maka Toserba Luwes Klaten harus lebih memperhatikan lagi kedua faktor tersebut. Hal ini dapat dilakukan dengan cara selalu menambah keragaman produk yang ditawarkan dengan menyediakan produk dengan berbagai macam variasi merek dan harga serta lebih meningkatkan pelayanan kepada para konsumennya.
2. Toserba Luwes Klaten perlu meningkatkan keragaman produk dan kualitas produk agar konsumen dapat lebih banyak referensi produk mana yang mereka inginkan.
3. Kegiatan menambah keragaman produk misalnya dengan menambahkan produk-produk fashion seperti pakaian pria dan wanita serta pakaian bayi dengan model, merek dan harga yang bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Basu Swastha DH dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.
- _____. 2008. *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*, edisi pertama, cetakan keempat. Yogyakarta: BPFE.
- Bedudu Zain. 2010. *Kamus Bahasa Indonesia Cetakan Pertama*. Jakarta : Sinar Harapan.
- Djarwanto P.S. 2004. *Metodologi Penelitian dan Statistik*. Surakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, dan Tony Sitinjak. 2001. *Strategi Menaklukkan. Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Gunadi. 2014. "Hubungan antara Pelayanan dan Kualitas Produk dengan Tingkat Pembelian Ban di Gun Ban Klaten". *Skripsi*. Unwidha Klaten
- Kotler Philip. 2007. *Managemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Alih Bahasa Ancela Aniwati Hermawan. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran jilid 1 Edisi Kedelapan*. Jakarta: Erlangga.
- Mardalis, Ahmad. 2005. *Meraih Loyalitas Pelanggan*. Jakarta: Balai Pustaka
- Marwan Asri. 2011. *Pelayanan*. Bandung : Tarsito.
- Subagio Ahmad. 2010. *Marketing In Business*, edisi pertama. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung

Tjiptono, Fandy. 2001. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media Publishing.

_____. 2004. *Strategi Pemasaran Edisi ketiga*. Yogyakarta: Andi.

Widya Chitami Puti. 2013. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan dan Rawat Inap RS Otorita Batam”. *Skripsi*. Universitas Widyatama Bandung.