

# THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PHYSICAL ENVIRONMENT, PRODUCT DIVERSIFICATION, AND PRICE PERCEPTION ON CUSTOMER LOYALTY OF TOKO TANI JAYA IN BANYUWANGI REGENCY

Kurnia Faizah<sup>1</sup>, Muhammad Naely<sup>2</sup>, Pawestri Winahyu<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>) Universitas Muhammadiyah Jember

---

## Artikel History:

Artikel masuk: 15/07/2024

Artikel revisi: 20/07/2024

Artikel diterima: 31/07/2024

---

**Keywords:** *Service Quality, Physical Environment, Product Diversification, Price Perception, Customer Loyalty*

---

---

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan, lingkungan fisik, diversifikasi produk dan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Tani Jaya di Kecamatan Glenmoren. Lokasi penelitian ini bertempat pada Toko Tani Jaya yang berada di Kecamatan Kalibaru Kabupaten Banyuwangi. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 150 responden dan menggunakan teknik pengambilan sampel representative menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner kepada responden. Adapun teknik analisis data penelitian ini dengan menggunakan pengujian instrument, asumsi klasik dan regresi linear berganda. Hasil analisis yang diperoleh menunjukkan bahwa kualitas layanan, lingkungan fisik, diversifikasi produk dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di Toko Tani Jaya, dengan Tingkat kontribusi pengaruh sebesar 0,769 atau 76%.

---

## ABSTRACT

*This research aims to determine and analyze the influence of service quality, physical environment, product diversification and price perceptions on customer loyalty at the Tani Jaya Store in Glenmoren District. The location of this research is at the Tani Jaya Shop in Kalibaru District, Banyuwangi Regency. This type of research uses quantitative methods with a sample size of 150 respondents and uses representative sampling techniques using data collection techniques in the form of questionnaires to respondents. The data analysis technique for this research uses instrument testing, classical assumptions and multiple linear regression. The analysis results obtained show that service quality, physical environment, product diversification and price perception have a positive and significant effect, both partially and simultaneously, on customer loyalty at Tani Jaya Stores, with a level of influence contribution of 0.769 or 76%.*



## INTRODUCTION

Seiring perkembangan zaman dan di era globalisasi Indonesia perusahaan ritel yang semakin banyak, mulai dari minimarket, supermarket dan hypermarket. Usaha ritel adalah sebagian kecil pungkasan dari operasi pendistribusian produk ataupun jasa serta berhadapan langsung dengan konsumen. Menurut (Sunyoto & Mulyono, 2022) Retail merupakan aktivitas yang terkait dengan menjual barang-barang dagangan atau layanan langsung kepada pembeli akhir untuk penggunaan individu. Banyak bisnis ritel terkena dampak globalisasi, yang menyebabkan masyarakat lebih banyak pusat perbelanjaan. Tumbuh pesatnya bisnis ritel seperti minimarket di pusat kota memiliki efek baik dan buruk terhadap toko-toko di sekitarnya. Kemunculan pasar modern seperti Indomaret dan Alfamart juga berdampak pada opini publik tentang penurunan omset dan jumlah pelanggan. Pebisnis kecil menghadapi persaingan yang ketat karena pertumbuhan pasar modern yang cepat, yang berdampak pada pasar tradisional yang sebagian besar dimiliki oleh perseorangan. Pasar kontemporer dikelola secara profesional dan memiliki berbagai macam barang dan fasilitas. Mungkin pasar tradisional lebih bisa menarik pelanggan dikarenakan bisa tawar menawar guna untuk bisa membangun komunikasi.

Persaingan selalu ada dalam kehidupan manusia; orang bersaing untuk meningkatkan kualitas hidup mereka dan menciptakan tempat yang lebih baik untuk hidup (Ariefah Sundari, 2021). Begitu pula yang sudah terjadi di dalam dunia bisnis, yang setiap pergerakannya merupakan sebuah persaingan. Banyak hal yang mempengaruhi terjadinya persaingan, beberapa diantaranya target pencapaian, sebagaimana pelanggan akan membeli produk kita dan harus memenuhi apa segala permintaan pelanggan, strategi pemasaran dengan cara memenuhi segala permintaan pelanggan menjadi cara yang cukup efektif memenangkan persaingan (Sunyoto & Mulyono, 2022).

Tabel 1.

Daftar Toko Sejenis di Kecamatan Glenmore-Banyuwangi

No	Nama Toko	Jenis Toko
1.	Toko Tani Jaya	Sembako
2.	Toko Ravick Jaya	Sembako
3.	Toko Basuki	Sembako
4.	Toko Semeru	Sembako
5.	Toko Subur Makmur	Sembako
6.	Toko Bu Mud	Sembako

Sumber: Diolah peneliti 2024

Pemimpin bisnis dapat memastikan bahwa perusahaan selalu berusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya dan mengembangkan usahanya untuk mencapai tingkat keuntungan yang setinggi mungkin. Di era saat ini, banyak toko sembako yang bermunculan di Kabupaten Banyuwangi terutama di kecamatan Glenmore. Pertumbuhan toko sembako di Kabupaten Banyuwangi selain didorong perkembangan ekonomi masyarakatnya, juga dipicu oleh kebutuhan sehari-hari Masyarakat sekitar. Karena begitu banyaknya persaingan Perusahaan harus mampu bersaing untuk menciptakan loyalitas konsumen terhadap perusahaan. Sangatlah sulit untuk membangun loyalitas konsumen; perusahaan harus menggunakan strategi yang tepat untuk menarik pelanggan dan membuat mereka puas. Loyalitas adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali barang atau jasa yang disukai di masa depan, meskipun keadaan dan kampanye pemasaran dapat menyebabkan pelanggan beralih Menurut (Kotler & Keller, 2018). Kualitas pelayanan merupakan hal yang menjadi pertimbangan pelanggan untuk merasa puas terhadap suatu perusahaan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan yang baik akan membangun persepsi yang baik juga dari konsumen tentang perusahaan tersebut dan kemudian tercipta suatu kepuasan. Menurut Tjiptono dalam (Izzuddin & Muhsin, 2020). Selain itu, lingkungan kerja memengaruhi loyalitas karyawan. Lingkungan kerja yang memuaskan dapat meningkatkan kinerja karyawan, sementara lingkungan kerja yang tidak memuaskan dapat menurunkan kinerja

karyawan dan pada akhirnya mengurangi motivasi mereka untuk bekerja. (Purba, 2017). Diversifikasi adalah Mencari dan mengembangkan produk baru atau pasar untuk meningkatkan penjualan, menghasilkan lebih banyak uang, dan meningkatkan fleksibilitas. (Sutrisno & Darmawan, 2022). (Price), juga disebut harga, adalah nilai tukar yang dapat diukur dalam bentuk uang atau barang lain, yang menggambarkan keuntungan yang diperoleh oleh individu atau kelompok dari suatu barang atau jasa pada waktu dan tempat tertentu.. Menurut Philip Kotler dalam (Suhendar & Kurniawan, 2022).

Toko Tani Jaya merupakan usaha ritel yang menyediakan berbagai kebutuhan dapur, dari bahan – bahan bumbu dapur hingga dari kebutuhan kebersihan rumah dll. Objek toko ritel yang menjadi penelitian adalah Toko Tani Jaya yang berada di pasar ruko desa Karangharjo Kecamatan Glenmore Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur. Awal mula toko berdiri pada tahun 2008 dengan alasan membuka toko karena ingin membuka usaha yang berbeda dari toko sepatu dan sandal, dan setelah beberapa tahun kemudian toko ini berkembang dari bertempat di toko kecil hingga pindah ke toko yang lebih besar dalam kurun waktu 2008 – 2024. Penentuan target jumlah pendapatan Toko Tani Jaya didasarkan pada beberapa faktor seperti ketersediaan berbagai jenis produk dan juga faktor persaingan usaha sejenis yang mempengaruhi penurunan pendapatan sehingga strategi pertumbuhan perusahaan dapat disesuaikan dengan kondisi yang dimiliki. Meski adanya peningkatan penjualan, hasil tersebut masih belum memenuhi ekspektasi Toko Tani Jaya. Oleh karena itu, perlu adanya evaluasi lebih lanjut terhadap strategi pemasaran, pelayanan, atau aspek lainnya yang mungkin mempengaruhi pencapaian target loyalitas pelanggan. Dengan pemahaman mendalam terhadap data ini, perusahaan dapat mengidentifikasi peluang untuk peningkatan maupun penyesuaian strategi pemasaran yang lebih baik melalui kualitas layanan, sarana prasaran yang mencukupi, jenis produk yang lengkap, dan penawaran harga diskon produk sehingga dapat menimbulkan loyalitas pelanggan di Toko Tani Jaya.

## LITERATURE REVIEW

Dari pemaparan diatas terdapat Research Gap dalam penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan (Sari & Paludi, 2020) dalam penelitiannya dengan judul Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan promosi terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Uccello dari STEIN Jakarta, bahwa Kepuasan pelanggan (Y) di restoran Uccello Kuningan City dipengaruhi oleh kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2), dan promosi (X3).

## KUALITAS LAYANAN

Keseluruhan berbagai karakteristik dan atribut produk atau jasa dalam hal kemampuan untuk memenuhi berbagai kebutuhan yang telah ditentukan atau yang bersifat laten dikenal sebagai kualitas layanan. (Kartika et al., 2023). Kualitas pelayanan yang baik dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Konsumen yang merasa menerima layanan terbaik akan selalu terus mendaftar untuk menggunakan layanan tersebut dan pada akhirnya melakukannya dapat menciptakan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.

## LINGKUNGAN FISIK

Lingkungan fisik adalah semua yang ada di sekitar tempat kerja yang dapat dilihat, dirasakan sehingga dapat mempengaruhi semua kinerja karyawan (Prabaningtyas & Djastuti, 2019). Sedangkan menurut (Hartanto, 2019) lingkungan fisik merupakan salah satu unsur yang harus dimanfaatkan oleh organisasi untuk menciptakan rasa nyaman dan tenang serta meningkatkan kinerja kerja yang baik dan memuaskan.

## DIVERSIFIKASI PRODUK

Diversifikasi di artikan sebagai pembanding, kategorisasi, dan variasi dalam kamus Bahasa Indonesia. Diversifikasi dalam ekonomi mengacu pada berbagai perusahaan untuk menghindari ketergantungan pada keteguhan produk, layanan, dan kegiatan seperti investasi atau aktivitas investasi tetap. Untuk mengimbangi

perkembangan, meningkatkan penjualan, profitabilitas dan fleksibilitas. Menurut Kotler dan Armstrong dalam jurnal (Ayuningtyas et al., 2023) diversifikasi produk merupakan suatu keaneragaman produk, perusahaan yang mengupayakan mengembangkan produknya agar dapat meningkatkan penjualan dengan kata lain memenuhi permintaan konsumen.

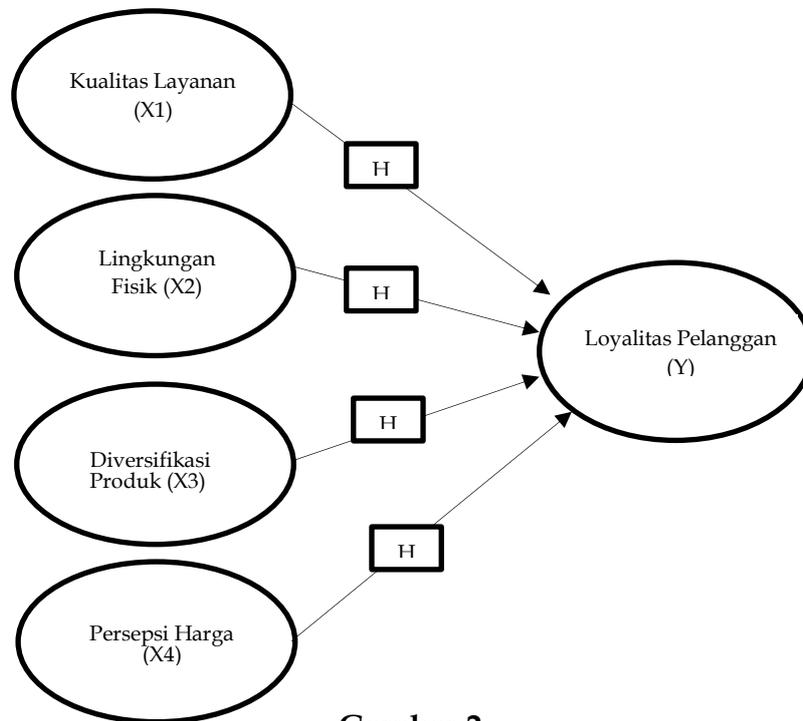
### **PERSEPSI HARGA**

Menurut (Prasetyo et al., 2022) mengatakan bahwa persepsi harga mengacu pada pandangan pelanggan mengenai harga. Persepsi harga dapat didefinisikan sebagai nilai pertukaran manfaat moneter atau nonmoneter dari sebuah produk; ini dapat memberikan kesan yang baik atau buruk pada pelanggan.

### **LOYALITAS PELANGGAN**

Kata "pelanggan" berasal dari kata "custom", yang berarti membuat sesuatu menjadi kebiasaan atau kebiasaan dan mengikutinya. Seseorang yang terbiasa membeli dari Anda disebut pelanggan. Kebiasaan ini muncul dari interaksi dan pembelian yang sering dilakukan dari waktu ke waktu. Loyalitas pelanggan berarti patuh, yang berarti menurut, atau setia, yang berarti tetap. Oleh karena itu, pelanggan setia adalah orang yang terbiasa membeli produk yang ditawarkan, sering berinteraksi, dan setia terhadap semua tawar-menawar yang ditawarkan oleh perusahaan. Menurut (Kotler & Keller, 2018).

## KERANGKA KONSEP



Gambar 2.

### Kerangka Konseptual Penelitian

Sumber : Data diolah peneliti (2024)

## METHODS

Penelitian ini memiliki pendekatan secara kuantitatif, metode penelitian kuantitatif dinamakan juga sebagai metode tradisional karena metode sudah cukup lama digunakan sehingga sudah sering dijadikan sebagai metode untuk penelitian (Sugiyono, 2017). Metode kuantitatif penelitian ini dilakukan dengan observasi, koesioner, penelitian kepustakaan. Selain itu penelitian ini merupakan deskriptif. Variabel dalam penelitian ini yaitu Kualitas layanan, lingkungan fisik, diversifikasi produk, persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan. Data yang terkumpul kemudian diolah dengan menggunakan uji validitas dan uji reabilitas. Kemudian di sajikan dengan hasil analisis data dan terahir diberikan kesimpulan serta saran. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 25 for Windows.

## POPULASI

Populasi adalah area generasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulan. (Sugiyono, 2017). Populasi penelitian ini berupa seluruh pelanggan Toko Tani Jaya yang sudah melakukan pembelian secara berulang lebih dari 2 kali.

## SAMPEL

Penelitian ini jumlah populasi belum diketahui secara pasti, maka penentuan jumlah minimal sampel dihitung berdasarkan rumus: (menurut (Sugiyono, 2017))

Jumlah sampel = jumlah sampel minimal 30 x jumlah variabel

Hipotesis penelitian ini berjumlah 5 variabel yaitu 4 variabel bebas dan 1 variabel terikat maka:

- Jumlah sampel minimum = 30
- Jumlah variabel dalam penelitian ini = 5 variabel (4 variabel bebas 1 variabel terikat)

Jumlah sampel = jumlah sampel minimal x jumlah variabel

$$= 30 \times 5$$

$$= 150 \text{ responden}$$

Berdasarkan hasil penghitungan maka jumlah sampel yang diteliti dalam penelitian yaitu sejumlah 150 responden sebagai representative

## DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL

### KUALITAS LAYANAN

Kualitas layanan adalah keseluruhan berbagai bentuk respon dan karakteristik di toko Tani Jaya hal kemampuan untuk memenuhi berbagai kebutuhan yang telah ditentukan atau yang bersifat laten (Kartika et al., 2023). Indikator kualitas layanan berdarakan dimensi servqual (Ramli & Hasbullah, 2021) :

1. Tangible atau Berwujud, kemampuan Toko Tani Jaya menunjukkan eksistensinya melalui faktor eksternal yang terlihat, seperti bangunan, peralatan, dan teknologi yang digunakan.
2. Reliability atau Keandalan, kemampuan Toko Tani Jaya memberikan layanan sesuai yang dijanjikannya.
3. Responsiveness atau Daya Tanggap, kemampuan Toko Tani Jaya menanggapi setiap keluhan pelanggannya dengan cepat.
4. Assurance atau Jaminan, yang memungkinkan karyawan Toko Tani Jaya menumbuhkan kepercayaan pelanggan dengan memberikan masa garansi jika produk rusak.
5. Emphaty atau Empati, yang memungkinkan Toko Tani Jaya memberikan perhatian tulus dan personal kepada pelanggan.

## LINGKUNGAN FISIK

Lingkungan fisik adalah semua yang ada di sekitar tempat kerja yang dapat dilihat, dirasakan sehingga dapat mempengaruhi semua kenyamanan pelanggan Toko Tani Jaya (Prabaningtyas & Djastuti, 2019). Adapun indikator dari lingkungan fisik menurut (Bitner, 2023) sebagai berikut:

1. Kondisi lingkungan  
Kondisi lingkungan ini meliputi dari suhu, pencahayaan, warna, bau dan suara di toko Tani Jaya.
2. Tata ruang dan fungsi  
Tata ruang dan fungsi yang dimaksud denah ruangan, ukuran dan bentuk furnitur, meja, mesin dan kemungkinan perlengkapan serta penataannya, serta kemampuan benda-benda tersebut untuk memudahkan kegiatan transaksi di Toko Tani Jaya
3. Tanda, simbol dan artefak.
4. Tanda, simbol dan artefak mengacu pada bentuk bangunan yang mampu mengkomunikasikan tampilan Toko Tani Jaya untuk pelanggan.

## DIVERSIFIKASI PRODUK

Menurut Kotler dan Armstrong dalam jurnal (Ayuningtyas et al., 2023) diversifikasi produk merupakan suatu keaneragaman produk, Toko Tani Jaya yang mengupayakan mengembangkan produknya agar dapat meningkatkan penjualan dengan kata lain memenuhi permintaan konsumen. Ada 5 indikator diversifikasi produk menurut (Tjiptono, Chandra, 2020) sebagai berikut :

### 1. Variasi produk

Variasi produk lebih mengacu pada kelengkapan produk pada toko Tani Jaya yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.

### 2. Tampilan produk

Tampilan produk ini merupakan segala sesuatu yang telah di tampilkan oleh segala jenis produk toko Tani Jaya, yakni dilihat dari kemasan yang masih terjaga dengan baik atau tidak rusak.

### 3. Ketersediaan produk

Ketersediaan produk merupakan banyaknya macam barang yang telah tersedia di dalam toko Toko Tani Jaya yang membuat para konsumen semakin tertarik untuk masuk dan melakukan pembelian.

### 4. Harga produk

Harga produk dapat diartikan sebagai produk yang dijual oleh toko Tani Jaya cenderung mudah di jangkau dari pada competitor.

## PERSEPSI HARGA

Indikator yang digunakan yakni menurut (Pandey et al., 2021) persepsi harga memiliki indikator-indikator yang dapat mempengaruhi harga sebagai berikut :

1. Harga Terjangkau (Price Affordability) Konsumen dapat memperoleh harga yang ditetapkan oleh toko Tani Jaya. Produk sering kali memiliki banyak jenis dalam sebuah merek, harganya pun bervariasi, dari yang paling murah hingga yang paling mahal.

2. Harga Sepadan dengan Kualitas (Harga Sepadan dengan Kualitas) Konsumen dapat memperoleh harga yang ditetapkan oleh toko Tani Jaya, yang memiliki

<http://jurnal.umt.ac.id/index.php/dmj>

banyak jenis produk dan harga yang bervariasi dari yang paling murah hingga yang paling mahal.

3. Harga Bersaing dengan Brand Lain (Harga Persaingan): Pelanggan sering membandingkan harga produk di toko Tani Jaya dengan produk kompetitor, dan jika harga produk rendah, pelanggan memilih untuk membeli produk di toko Tani Jaya.
4. Harga sesuai dengan manfaat yang diberikan (Harga Kesesuaian Harga).
5. Konsumen memutuskan untuk membeli produk di toko Tani Jaya jika bermanfaat yang diterima lebih besar atau sama dengan yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk.

### LOYALITAS PELANGGAN

dimensi yang dimilikinya, sebagaimana yang diungkapkan oleh (Kotler & Amstrong, 2005) loyalitas pelanggan memiliki indikator sebagai berikut:

1. *Repurchase*, pembelian rutin. Komitmen untuk membeli kembali di toko Tani Jaya—bahkan lebih penting dari kepuasan—merupakan sikap yang paling penting dalam loyalitas.
2. *Purchase across product and service lines* (melakukan pembelian lini produk yang lainnya). Berdasarkan kepuasan pelanggan, Toko Tani Jaya memilih untuk mengkonsumsi berbagai produk dan jasa.
3. *Retention*, menunjukkan bahwa toko Tani Jaya tahan terhadap tarikan pesaing atau tidak mudah terpengaruh oleh dorongan pesaing.
4. *Referral*, memberikan referensi pada orang lain. Karakteristik loyalitas pelanggan di atas diartikan bahwa toko Tani Jaya sudah dapat mengakomodasikan sebagai besar keinginan pelanggan, sehingga pelanggan tidak ragu-ragu lagi untuk terus memberikan kepercayaan terhadap toko Tani Jaya.

## RESULTS

### Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 2. Hasil Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>			
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients
Mode		Std. Error	Beta
1		B	
	1 (Constant)	1,965	1,023
	Kualitas Layanan	,143	,039
	Lingkungan Fisik	,123	,065
	Diversifikasi Produk	,223	,054
	Persepsi Harga	,557	,100

Sumber : Data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan pada tabel Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda diatas dapat disusun dalam bentuk persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 1,965 + 0,143 X_1 + 0,123 X_2 + 0,223 X_3 + 0,557 X_4 + e$$

Berikut adalah penjelasan dari persamaan diatas :

1. Persamaan tersebut dapat dijelaskan apabila konstanta sebesar positif 27,571 yang artinya apabila kualitas layanan ( $X_1$ ), lingkungan fisik ( $X_2$ ), diversifikasi produk ( $X_3$ ), persepsi harga ( $X_4$ ) nilainya tetap (konstan) atau tidak terdapat perubahan, maka loyalitas pelanggan ( $Y$ ) memiliki nilai sebesar 1,965.
2. Koefisien media kualitas layanan sebesar 0,143 adalah positif, yang berarti bahwa jika variabel kualitas layanan ( $X_1$ ) meningkat secara signifikan sebesar 1 satuan, variabel loyalitas pelanggan ( $Y$ ) akan meningkat sebesar 0,143.
3. Koefisien lingkungan fisik sebesar 0,123 hasil positif, yang berarti jika variabel lingkungan fisik ( $X_2$ ) mengalami kenaikan sebesar 1 satuan secara signifikan, akan meningkatkan nilai dari variabel loyalitas pelanggan ( $Y$ ) sebesar 0,123.

4. Koefisien diversifikasi produk sebesar 0,223 hasil positif yang berarti jika variabel diversifikasi produk (X3) mengalami kenaikan sebesar 1 satuan secara signifikan, akan meningkatkan nilai dari variabel loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,223.
5. Koefisien persepsi harga sebesar 0,557 hasil positif yang berarti variabel persepsi harga (X4) mengalami kenaikan sebesar 1 satuan secara signifikan, akan meningkatkan nilai dari variabel loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,577.

### Uji t (Uji Parsial)

**Tabel 3. Hasil Uji t (Parsial)**

Variabel	Signifikansi Hitung	Taraf Signifikansi	t hitung	t tabel
Kualitas Layanan	0,000	0,05	3,654	1,976
Lingkungan Fisik	0,000	0,05	2,897	1,976
Diversifikasi Produk	0,000	0,05	4,110	1,976
Persepsi Harga	0,000	0,05	5,544	1,976

Sumber :Data diolah peneliti 2024

Berdasarkan tabel dapat diperoleh hasil uji t (Parsial) sebagai berikut :

#### 1. Kualitas Layanan (X1)

Variabel kualitas layanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 bahwa nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05. Sedangkan untuk t hitung didapatkan nilai sebesar 3,654 > dari t tabel sebesar 1,976. Maka variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan.

#### 2. Lingkungan Fisik (X2)

Variabel lingkungan fisik memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 bahwa nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05. Sedangkan untuk t hitung didapatkan nilai sebesar 2,897 > t tabel sebesar 1,976. Variabel lingkungan fisik berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan.

#### 3. Diversifikasi Produk (X3)

Variabel diversifikasi produk memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Sementara itu, nilai t hitung adalah

4,110, yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,976. Karena itu, variabel loyalitas pelanggan sangat dipengaruhi oleh variabel diversifikasi produk.

#### 4. Persepsi Harga (X4)

Dengan nilai signifikansi 0,000, variabel persepsi harga lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Sementara itu, nilai t hitung lebih besar dari t tabel sebesar 1,976. Jadi, persepsi harga memengaruhi loyalitas pelanggan.

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

Tabel 4. Hasil Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,877 <sup>a</sup>	,769	,762	1,038

a. Predictors: (Constant), Persepsi Harga, Kualitas Layanan, Lingkungan Fisik, Diversifikasi Produk  
Sumber : Data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 4.15 maka dapat diperoleh nilai adjusted R-square sebesar 0,769 dan nilai Adjusted R Square sebesar 0,762. Hal tersebut memiliki arti bahwa kemampuan variabel independent sejauh mana dalam menerangkan variabel dependen (kualitas layanan, lingkungan fisik, diversifikasi produk, persepsi harga) sebesar 76%. Sebaliknya, sebesar 24% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel independent (loyalitas pelanggan).

### KESIMPULAN

Penelitian dilakukan untuk mengentahui pengaruh secara individu (parsial) antara variabel independent (kualitas layanan, lingkungan fisik, diversifikasi produk, persepsi harga) terhadap variabel loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan interpretasi yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut ini :

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada toko Tani Jaya Kecamatan Glenmore Kabupaten Banyuwangi. Hasil dari temuan ini berarti

semakin baik dan selalu memperhatikan layanan yang diberikan kepada pelanggan toko Tani Jaya dapat meningkatkan loyalitas atau sikap setia.

2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lingkungan fisik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada toko Tani Jaya Kecamatan Glenmore Kabupaten Banyuwangi. Hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa toko Tani Jaya harus benar-benar mampu memperhatikan fasilitas yang mendukung kenyamanan pelanggan saat berbelanja, kemudahan dalam mencari produk serta di berikan tanda khusus untuk kelompok produk tertentu dengan begitu akan membuat sikap setia pelanggan akan semakin meningkat.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa diversifikasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada toko Tani Jaya Kecamatan Glenmore Kabupaten Banyuwangi. Hasil dari temuan ini berarti terjaganya kualitas produk dan produk yang lengkap sesuai dengan kebutuhan pelanggan akan membuat loyalitas akan semakin meningkat, hal tersebut akan muncul perasaan setia terhadap toko Tani Jaya.
4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada toko Tani Jaya Kecamatan Glenmore Kabupaten Banyuwangi. Hasil dari temuan ini berarti harga produk yang sesuai dengan kualitasnya dan memberikan harga yang terjangkau sehingga menjadi pembeda dari kompetitor sejenis kan membuat pelanggan semakin nyaman dalam melakukan pembelian di toko Tani Jaya dengan begitu loyalitas pelanggan akan semakin meningkat.

## SARAN

1. Bagi toko Tani Jaya Kecamatan Glenmore Kabupaten Banyuwangi

Toko Tani Jaya untuk lebih meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan dengan tujuan timbulnya perasaan nyaman dalam diri pelanggan, memperhatikan sarana prasarana yang menunjang pelanggan agar lebih mudah dalam melakukan pembelian, selalu memperhatikan produk yang

cacat atau tidak layak dijual, menjaga kualitas produk yang dijual, dan memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk, memberikan potongan pembelanjaan apabila melakukan pembelanjaan banyak, dengan begitu apabila toko Tani Jaya memperhatikan dengan baik beberapa saran diatas akan membuat peningkatan penjualan serta sikap setia pelanggan terhadap toko Tani Jaya akan semakin meningkat dengan sendirinya.

## 2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti dapat melanjutkan dengan memperluas cakupan objek penelitian dan memperpanjang periode waktu penelitian untuk menghasilkan hasil yang optimal.

## Daftar Pustaka

- Ayuningtyas, E., Santoso, B., & Winahyu, P. (2023). ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN BERDASARKAN DIVERSIFIKASI PRODUK, HARGA, DAN KEPUASAN PELANGGAN (Studi Empiris Loyalitas Pelanggan Pada Mie Apong Sampurna Gebang Jember). *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(1), 99. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i1.2644>
- Bitner, M. J. (2023). Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees. *Journal of Marketing*, 56(2), 57. <https://doi.org/10.2307/1252042>
- Hartanto, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Lingkungan Fisik Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Di De Mandailing Cafe Surabaya. *Agora*, 7(1), 287096.
- Kartika, Y., Husna, H., Lubis, A., & Mufti, R. D. W. (2023). Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Inovatif: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital Dan Kewirausahaan*, 2(1), 35–49.
- Pandey, R., Reddy, L. S., Chaudary, V., Widyawati, V. T., Sin, L. G., Bin Mohd Ghazali, M. K. A., Kee, D. M. H., Bin Ibrahim, M. F., Bin Ahmad Fadzeil, M. Z., & Binti Mohamed, N. A. (2021). Analysis the Effect of Product Quality and Price on <http://jurnal.umt.ac.id/index.php/dmj>

Purchase Decision (Case Study of Adidas India, Indonesia, and Malaysia). *International Journal of Accounting & Finance in Asia Pasific*, 4(1), 71–85.  
<https://doi.org/10.32535/ijafap.v4i1.1034>

Prabaningtyas, K. E., & Djastuti, I. (2019). ANALISIS PENGARUH LINGKUNGAN FISIK DAN LINGKUNGAN NON FISIK TERHADAP KINERJA KARYAWAN DENGAN MOTIVASI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi pada Karyawan bagian Penunjang RSUD dr.Ashari Pematang). *Diponegoro Journal of Management*, 8(4), 1–12.

Prasetyo, B., Sholichah, M., Adil, M., Soelistya, D., & Rosyihuddin, M. (2022). The Importance of Product Quality, Price Perception and Service Quality in Achieving Customer Satisfaction. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(1), 5457–5471.

Ramli, S., & Hasbullah. (2021). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pemohon Perizinan Pada Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kabupaten Mamuju. *Jurnal Forum Ekonomi*, 23(1), 77–85.