

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS PRODUK, *STORE*
ATMOSPHERE DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN AYAM GEPUK PAK GEMBUS
DI KOTA PADANG**

(Studi Kasus Ayam Gepuk Pak Gembus Cabang Siteba)

Chyntia Musefa Hayati¹⁾, Zeshasina Rosha²⁾

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

Email: chyntiamusefa@gmail.com, zeshasina.rossha@bunghatta.ac.id

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini dunia usaha berkembang dengan sangat pesat, salah satunya bisnis di bidang kuliner. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Di tengah ketatnya persaingan saat ini, para pengusaha saling bersaing untuk merebut hati pelanggan. Perusahaan harus dapat merancang strategi pemasaran yang tepat dalam mencapai tujuan perusahaan, salah satu tujuan perusahaan adalah menciptakan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan merupakan hal yang sangat penting karena melalui loyalitas, niat pelanggan untuk membeli ulang atau niat untuk merekomendasikan kepada orang lain akan tinggi dan hal tersebut nantinya akan menguntungkan bagi Perusahaan. Salah satu pelaku bisnis yang memanfaatkan peluang ini adalah Ayam Gepuk Pak Gembus. Jumlah pengunjung Ayam Gepuk Pak Gembus cenderung tidak stabil (berfluktuasi) dari bulan Januari sampai Desember, fenomena yang terjadi adalah masih rendahnya tingkat loyalitas pengunjung pada Ayam Gepuk Pak Gembus Cabang Siteba Padang. Sehingga penting bagi peneliti untuk mengamati sejumlah variabel yang dapat mendorong meningkatnya loyalitas pelanggan pada Ayam Gepuk Pak Gembus khususnya di Padang. Beberapa hal yang menyebabkan loyalitas pelanggan adalah keragaman produk, kualitas produk, *store atmosphere* dan kepercayaan pelanggan[1].

METODE

Metode yang diterapkan dalam menentukan jumlah sampel di hitung berdasarkan perhitungan minimal 20 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Berdasarkan perhitungan maka jumlah sampel minimal sebanyak 100 orang . Seluruh pelanggan yang telah melakukan pembelian lebih dari dua kali di Ayam Gepuk Pak Gembus cabang Siteba di Kota Padang yang dijadikan populasi dalam penelitian ini. Teknik pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling*, dimana dalam pengambilan sampel akan menggunakan pertimbangan dengan beberapa kriteria penelitian guna meningkatkan ketepatan sampel [2]. Kriteria yang dipakai yaitu pelanggan yang berumur 17 tahun keatas, pelanggan yang sudah melakukan pembelian minimal 2 kali serta berdomisili di Kota Padang. Variabel loyalitas pelanggan menjadi variabel dependen dalam penelitian ini serta yang berperan sebagai variabel independen yaitu keragaman produk, kualitas produk, *store atmosphere* dan kepercayaan pelanggan. Penelitian ini merupakan penelitian menggunakan data kuantitatif. Instrumen dalam penelitian ini dilakukan dengan menerapkan pengukuran skala likert [3]. Program SPSS digunakan untuk alat pengolahan data serta untuk menguji hipotesis. Analisis yang digunakan dalam tahap pengujian diantaranya meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji deskriptif, uji asumsi klasik dan uji statistik, analisis regresi berganda, koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji hipotesis dilakukan untuk mengukur hubungan antara dua variabel atau lebih dan menunjukkan arah hubungan antara variabel tersebut [4].

Tabel 1 : Pengujian Hipotesis

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,363	1,389		2,422	0,017
	Keragaman Produk	0,495	0,096	0,512	5,140	0,000
	Kualitas Produk	0,099	0,052	0,207	1,897	0,061
	Store Atmosphere	0,049	0,092	0,052	0,534	0,595
	Kepercayaan Pelanggan	-0,092	0,086	-0,100	-1,075	0,285

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan Tabel 1. terlihat bahwa Variabel keragaman produk (X1) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,495 dan t hitung 5,140 serta signifikan 0,000 (kecil dari 0,05). Temuan ini dapat diartikan bahwa keragaman produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Ayam Gepuk Pak Gembus di Kota Padang. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) dapat diterima. Variabel kualitas produk (X2) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,099 dan t hitung 1,897 serta signifikan 0,061 (besar dari 0,05). Temuan ini dapat diartikan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Ayam Gepuk Pak Gembus di Kota Padang. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) ditolak. Variabel *store atmosphere* (X3) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,049 dan t hitung 0,534 serta signifikan 0,595 (besar dari 0,05). Temuan ini dapat diartikan bahwa *store atmosphere* tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Ayam Gepuk Pak Gembus di Kota Padang. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) ditolak. Variabel kepercayaan pelanggan (X4) memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,092 dan t hitung 0,086 serta signifikan

0,285 (besar dari 0,05). Temuan ini dapat diartikan bahwa kepercayaan pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Ayam Gepuk Pak Gembus di Kota Padang. Dengan demikian, hipotesis keempat (H4) ditolak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan melalui tahap pengolahan data maka ditemukanlah bahwa keragaman produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Ayam Gepuk Pak Gembus di Kota Padang, kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Ayam Gepuk Pak Gembus di Kota Padang, *store atmosphere* tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Ayam Gepuk Pak Gembus di Kota Padang, dan kepercayaan pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Ayam Gepuk Pak Gembus di Kota Padang. Penelitian ini masih jauh dari kata kesempurnaan maka untuk penelitian selanjutnya disarankan dapat memperluas sampel, dan menambahkan variabel baru seperti kualitas pelayanan dan harga.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- [2] Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- [3] Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT Rineka Cipta.
- [4] Ghozali, I. (2016). *Dasar Dasar Statistik dalam Aplikasi SPSS 19.0*. Universitas Diponegoro.