

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PEMBELIAN INDOMARET SURABAYA

EUROSIA MARIA GUTERRES
AGUS RAHMANTO

ABSTRAK

Setiap perusahaan didirikan dengan tujuan mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya, dengan tetap mempertahankan kesejahteraan karyawan serta lingkungannya. Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. Peranannya akan lebih besar dan bersifat menentukan manakala dalam kegiatan-kegiatan jasa di masyarakat itu terdapat kompetisi dalam usaha merebut pasaran atau langganan. Indomaret merupakan salah satu tempat pilihan dari konsumen untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari sebagai kelengkapan produk, dimana para konsumen memiliki keleluasaan dalam memilih barang yang dibutuhkan dan diinginkan terdapat dalam satu tempat. Berdasarkan uraian diatas maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah untuk “Mengetahui pengaruh secara simultan dan parsial variabel kualitas layanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pembelian konsumen di Indomaret Semolowaru Surabaya

Jenis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dan kualitatif dengan populasi penelitian ini adalah orang yang sedang melakukan transaksi dan pernah melakukan pembelian di Indomaret yang ada di Surabaya. Di dalam penelitian ini peneliti menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisa yang digunakan adalah Regresi Linier Sederhana.

Kualitas layanan dan Kualitas produk mempunyai pengaruh secara simultan terhadap Loyalitas pembelian konsumen di Indomaret Semolowaru Surabaya. Hal ini didasarkan dari hasil pengujian bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $131.216 > 3.09$, maka H_0 ditolak pada tingkat signifikansi 5 % sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas pembelian konsumen di Indomaret Semolowaru Surabaya, kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh parsial terhadap Loyalitas pembelian konsumen di Indomaret Semolowaru Surabaya. Hal ini didasarkan dari hasil pengujian bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas layanan (X_1) sebesar 5.472 dan kualitas produk (X_2) sebesar 7.762. Dari semua variabel bebas didapatkan nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1.9847, sehingga diperoleh kesimpulan untuk variabel kualitas layanan dan kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap Loyalitas pembelian konsumen di Indomaret Semolowaru Surabaya. Variabel yang berpengaruh dominan terhadap loyalitas pembelian adalah kualitas layanan, karena mempunyai nilai koefisien regresi yang distandarkan (β) terbesar yaitu 0.3832.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kualitas Produk