

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEBERAGAMAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN**

**Studi Pada Pelanggan *Smartphone* CV. Berkah Jaya Abadi**

**Pangestu Aji Irawan**  
Program Studi Manajemen S1  
Univesitas Putra Bangsa  
[pangestuajirawan88@gmail.com](mailto:pangestuajirawan88@gmail.com)

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan keberagaman produk melalui kepuasan pelanggan studi pada pelanggan *Smartphone* CV. Berkah Jaya Abadi. Metode penelitian bersifat kuantitatif, data yang diperoleh berdasarkan jawaban dari responden pada kuesioner, dianalisis dengan teknik statistik analisis regresi linear berganda, model regresi diuji dengan asumsi klasik agar memenuhi syarat dan layak dipakai untuk memprediksi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil perhitungan regresi diuji dengan uji t dan koefisien determinasi, sementara hasil perhitungan mediasi diuji dengan analisis jalur dan *sobel test* dengan bantuan program *SPSS for Windows version 25.0*. Hasil penelitan adalah sebagai berikut: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Keberagaman produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Keberagaman Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Keberagaman produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

**Kata kunci:** kualitas pelayanan , keberagaman produk, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.

**ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine and analyze the effect of service quality and product diversity through customer satisfaction studies on customers of *Smartphone* CV. Berkah Jaya Abadi. The research method is quantitative, the data obtained are based on answers from respondents to the questionnaire, analyzed by linear multiple analysis techniques, the regression model was tested with classical assumptions in order to meet the requirements and is feasible to use to predict the effect of independent variables on the regression variables. The results of the regression calculations were tested by t-test and coefficient of determination, while the results of mediation calculations were tested by path analysis and Sobel test with the help of *SPSS for Windows version 25.0* program. The results of the research are as follows: Service quality has a significant effect on customer satisfaction. Product diversity has a significant effect on customer satisfaction. Service quality has a significant effect on customer loyalty. Product diversity has no significant effect on customer loyalty. Customer satisfaction has a significant effect on customer loyalty. Service quality has a significant effect on customer loyalty through customer satisfaction. Product diversity has no significant effect on customer loyalty through customer satisfaction.*

*Keywords: service quality, product diversity, customer satisfaction, and customer loyalty.*

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEBERAGAMAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN Studi Pada Pelanggan *Smartphone* CV. Berkah Jaya Abadi

## PENDAHULUAN

Pertumbuhan pengguna ponsel pintar (*Smartphone*) pada musim pandemi mengalami peningkatan, karena sebagai alat untuk mendukung kerja dan sekolah dari rumah. Pada musim pandemi, aktivitas non esensial hampir seluruhnya dilakukan dengan model jarak jauh, seperti bekerja, sekolah, rapat, dan pertemuan-pertemuan pribadi berganti menggunakan media virtual. Kebiasaan pada era new normal secara tidak langsung meningkatkan penggunaan *smartphone* mengalami peningkatan. Pada kondisi ini konsumen sebagai pihak yang membutuhkan *smartphone*, dihadapkan pada berbagai pertimbangan untuk menentukan konter yang paling tepat untuk membelinya. Peningkatan aktivitas penggunaan *smartphone* juga diimbangi oleh banyaknya konter yang menyediakan berbagai *smartphone*. Konter sebagai penyedia *smartphone* terdiri dari dua jalur, baik jalur *offline* maupun *online*. Konsumen juga dengan mudah memilih, apakah akan memilih konter lama sebagai konter langganannya atau memilih konter baru yang dapat memberikan fitur pelayanan lebih baik.

CV. Berkah Jaya Abadi merupakan salah satu konter *smartphone* yang berdiri pada tahun 2016, beralamatkan di Jl. Petanahan Km 2 Desa Adikarto Kecamatan Adimulyo. Secara historis konter ini telah berdiri jauh sebelum musim pandemi, dimana saat ini (musim pandemi) memiliki tantangan untuk tetap menjadi pilihan konsumen dalam melakukan pembelian *smartphone* di konter tersebut. Berikut merupakan data penjualan *smartphone* di CV. Berkah Jaya Abadi pada tiga tahun terakhir: Peningkatan penjualan *smartphone* terjadi setiap tahun. Pada tahun 2018, penjualan *smartphone* mencapai 2.650 unit, tahun 2019 mencapai 2.935 unit, dan pada tahun 2020 mencapai 3.673 unit. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa peningkatan penjualan *smartphone* di CV. Berkah Jaya Abadi (yang digunakan oleh konsumen) pada tahun 2019 mengalami kenaikan 10,7%, dan pada tahun 2020 mengalami kenaikan penjualan yang digunakan konsumen sebesar 25,1%. maka dapat diartikan bahwa CV. Berkah Jaya Abadi masih menjadi pilihan pelanggan lama dan pelanggan baru. Bertahannya pelanggan lama juga dapat diartikan bahwa fitur strategi pelayanan yang diberikan oleh CV. Berkah Jaya Abadi memuaskan pelanggan yang pada akhirnya membuat loyal.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan oleh peneliti menyatakan bahwa pelanggan merasa puas melakukan pembelian di CV. Berkah Jaya Abadi dan bahkan telah melakukan pembelian lebih dari 2 kali dalam periode 2 tahun. Berdasarkan jawaban pelanggan merasa puas dan kemudian loyal di tandain dengan melakukan pembelian ulang *smartphone* pada CV. Berkah Jaya Abadi dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya keberagaman produk dan kualitas pelayanan. Menurut Kotler, (2007:15) keberagaman produk adalah kumpulan dari seluruh produk dan barang yang memiliki keragaman untuk dijual kepada pembeli. Keberagaman produk adalah kumpulan produk yang tersedia dalam jumlah dan jenis yang variatif yang ditawarkan kepada konsumen. Produk yang tersedia dalam berbagai macam jenis, model, dan jumlah akan memberikan lebih banyak

pilihan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Banyaknya produk yang ditawarkan akan membuat konsumen merasa puas karena dapat memilih produk yang sesuai dengan kebutuhannya.

Menurut Tjiptono (2013:11), loyalitas konsumen sebagai komitmen pelanggan terhadap suatu toko atau pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Menurut Griffin (2010) loyalitas bermanfaat bagi perkembangan jangka panjang toko, loyalitas konsumen memiliki beberapa keuntungan, yaitu dimana biaya pemasaran menjadi berkurang karena biaya mempertahankan pelanggan lebih murah dari pada biaya untuk mencari pelanggan baru. Loyalitas pada konsumen tersebut muncul setelah konsumen merasa puas dengan pelayanan yang telah diberikan oleh toko tertentu. Menurut Rohana (2020) yang menyatakan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Menurut Lovelock & Wright, (2012) kepuasan pelanggan adalah reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja jasa tertentu. Menurut Kotler dan Keller, (2009:139) kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan produk atau jasa terhadap ekspektasi atau harapan konsumen. Menurut Kotler dan Keller, (2009:140) pelanggan yang puas biasanya tetap setia (*loyal*) untuk waktu yang lebih lama, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaharui produk lama, membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produk atau jasanya kepada orang lain. Menurut Arsyanti dan Astuti (2016) dalam penelitiannya yang menyatakan keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Rohmawati (2018) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa keragaman produk secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Keberagaman produk yang dimiliki CV. Berkah Jaya Abadi (Vega cell) tergolong lengkap antara lain menyediakan segala jenis *smartphone* dari berbagai merek, dengan berbagai tipe. CV. Berkah Jaya Abadi juga selalu *update* tipe *smartphone* keluaran terbaru yang biasanya *launching* setiap 4 sampai 5 bulan sekali.

Variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Hal ini mengingat kualitas pelayanan terhadap pelanggan juga termasuk dari cerminan konter. Adanya pelayanan konsumen yang reliabel, daya tanggap, empati, jaminan, dan bukti fisik, maka sebuah konter dianggap mengerti dan memahami kebutuhan pelanggan. Berdasarkan pernyataan pelanggan, konter CV. Berkah Jaya Abadi mampu mengedukasi pelanggan secara jelas, ramah, dan tidak memaksa terkait kebutuhan konsumen dalam pembelian *smartphone*. Pernyataan lain yang muncul dari pelanggan pada saat observasi awal adalah adanya daya tanggap yang tinggi dari karyawan hal ini dilihat dari karyawan CV. Berkah Jaya Abadi bersedia melakukan proses transaksi ditempat konsumen berada (*system cash on delivery atau COD*) tepat pada waktu yang telah sepakati, karyawan CV. Berkah Jaya Abadi

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEBERAGAMAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN Studi Pada Pelanggan *Smartphone* CV. Berkah Jaya Abadi

juga membantu mem *back up* data dari *smartphone* lama pelanggan ke *smartphone* yang baru, membantu *download* kan aplikasi yang di butuhkan pelanggan. Kualitas layanan perusahaan dianggap baik dan memuaskan apabila layanan perusahaan yang diterima konsumen malampaui harapan konsumen, namun jika layanan perusahaan yang diterima konsumen lebih rendah dari pada yang diharapkan maka kualitas layanan perusahaan dipersepsikan buruk.

Kualitas pelayanan sangat erat kaitanya dengan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, seperti yang dikemukakan oleh Yulianto et.all (2018) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Menurut Yulianto et.all (2018) yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat diartikan bahwa jika kualitas pelayanan meningkat maka loyalitas pelanggan akan meningkat. Menurut Tjiptono dan Chandra (2011:180) kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis melakukan penelitian yang berkaitan dengan masalah tersebut dengan mengambil judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keberagaman Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan *Smartphone* CV. Berkah Jaya Abadi)”.

## METODE

### Kajian Pustaka

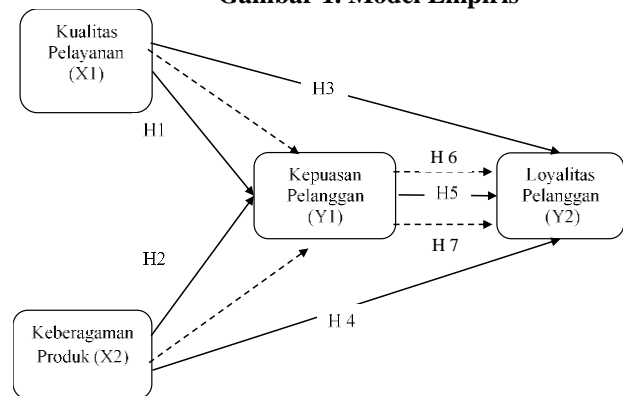
- Menurut Tjiptono (2013:11) bahwa loyalitas konsumen sebagai komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Menurut Tjiptono (2013:11) indikator dari loyalitas konsumen adalah:
  - Trust*
  - Emotion commitment*
  - Switching cost*
  - Word of mouth*
- Menurut Lovelock & Wright (2012) Kepuasan Pelanggan adalah reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja jasa tertentu. Menurut Rudika, H (2014) menyatakan indikator kepuasan konsumen yang terdiri dari:
  - Expectations*
  - Performance*
  - Comparison*
  - Confirmation/disconfirmation*
- Menurut Tjiptono dan Chandra (2011:180) kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Menurut Hardiyansyah (2011) indikator dari variabel kualitas pelayanan:
  - Tangibles* (berwujud)
  - Reliability* (kehandalan)
  - Responsiveness* (ketanggapan)
  - Assurance* (jaminan dan kepastian)
  - Empathy* (empati)

- Menurut Kotler (2007:15) keanekaragaman produk adalah kumpulan dari seluruh produk dan barang yang memiliki keragaman untuk dijual kepada pembeli. Menurut Engels (1995:258). Indikator keragaman produk adalah sebagai berikut:
  - Merek Produk
  - Kelengkapan Produk
  - Variasi ukuran produk
  - Variasi kualitas produk

### Model Empiris

Berdasarkan landasan teori yang telah dibahas sebelumnya yang menyangkut variabel bebas (*independent variable*) yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab adalah berubahnya atau timbulnya variabel dependent (terikat). Variabel independent dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan dan keberagaman produk, variabel dependent (terikat) loyalitas pelanggan, dan variabel *intervening* adalah kepuasan pelanggan.

Gambar 1. Model Empiris



### Hipotesis

Berdasarkan model empiris di atas dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H1: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan *Smartphone* CV. Berkah Jaya Abadi.
- H2: Keberagaman produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan *Smartphone* CV. Berkah Jaya Abadi.
- H3: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan *Smartphone* CV. Berkah Jaya Abadi.
- H4: Keberagaman produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan *Smartphone* CV. Berkah Jaya Abadi.
- H5: Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan *Smartphone* CV. Berkah Jaya Abadi.
- H6: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada pelanggan *Smartphone* CV. Berkah Jaya Abadi.
- H7: Keberagaman produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada pelanggan *Smartphone* CV. Berkah Jaya Abadi.

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEBERAGAMAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN Studi Pada Pelanggan *Smartphone* CV. Berkah Jaya Abadi**

**Objek dan Subjek Penelitian**

Objek penelitian ini adalah variabel kualitas pelayanan dan keberagaman produk sebagai variabel bebas, kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*, dan loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat. Subjek penelitian ini adalah pelanggan CV. Berkah Jaya Abadi.

**Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, penulis belum mengetahui berapa jumlah populasi dari wilayah tersebut. Karena jumlah populasinya belum diketahui maka teknik sampling yang digunakan adalah teknik *non probability sampling*. Dalam teknik *non probability sampling* akan digunakan teknik *purposive sampling* yaitu pemilihan anggota sampel dengan mempertimbangkan syarat-syarat yang telah ditetapkan dimana sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan CV. Berkah Jaya Abadi. Adapun syarat-syarat yang digunakan dalam menentukan responden adalah sebagai berikut:

1. minimal 17 tahun.
2. Telah melakukan pembelian sebanyak 2 kali di CV. Berkah Jaya Abadi dalam 2 tahun.

Sampel yang digunakan untuk responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang.

**Alat Analisis Data**

Teknik analisis data meliputi uji kualitas data (uji validitas & reliabilitas), uji asumsi klasik (uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, & uji normalitas), uji hipotesis (uji parsial t), koefisien determinasi, analisis korelasi, uji Sobel dan analisis jalur menggunakan SPSS 25.00.

**ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

**Uji Validitas dan Reliabilitas**

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2009:49). Suatu kuesioner dinyatakan valid apabila pertanyaan dalam kuesioner tersebut dapat menggambarkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Alat ukur atau butir kuesioner dinyatakan valid apabila nilai *corrected item total correlation* ( $r_{hitung}$ ) adalah lebih besar bila dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  dengan tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05 dengan menentukan  $r_{tabel}$  yaitu dengan rumus  $df = n - 2$ , dimana:

$$df = 100 - 2 = 98, \text{ diperoleh hasil } r_{tabel} = 0,1966$$

**Tabel 1 Hasil Uji validitas**

Variabel	Butir	Signifikan	Status
X1	5	Signifikan	Valid
X2	4	Signifikan	Valid
Y1	4	Signifikan	Valid
Y2	4	Signifikan	Valid

Hasil Uji validitas seluruh pernyataan yang digunakan dalam variabel kualitas pelayanan, keberagaman produk, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan seluruhnya valid.

**Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai		Keterangan
	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	
Kualitas Pelayanan (X1)	0,60	0,605	Reliabel
Keberagaman Produk (X2)	0,60	0,640	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y1)	0,60	0,747	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y2)	0,60	0,671	Reliabel

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan empat instrumen yang digunakan dalam penelitian ini, memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > Nilai *Cronbach Alpha* Minimum (0,60) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian dinyatakan reliabel.

**Uji Multikolinieritas**

**Tabel 3. Uji Multikolinieritas Sub Struktural I**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kualitas Pelayanan (X1)	.585	1.710
Keberagaman Produk (X2)	.585	1.710

**Tabel 4. Uji Multikolinieritas Sub Struktural II**

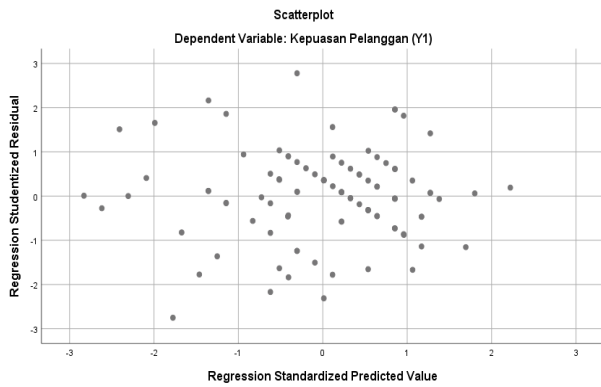
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kualitas Pelayanan (X1)	.350	2.858
Keberagaman Produk (X2)	.554	1.804
Kepuasan Pelanggan (Y1)	.375	2.663

Berdasarkan Tabel *coefficients* di atas dapat dijelaskan bahwa pada bagian *collinerity statistic* menunjukkan angka VIF dibawah 10 dan *tolerance* di atas 0,1, karena itu model regresi ini tidak terdapat multikolinieritas, sehingga model regresi pada penelitian ini dapat dipakai.

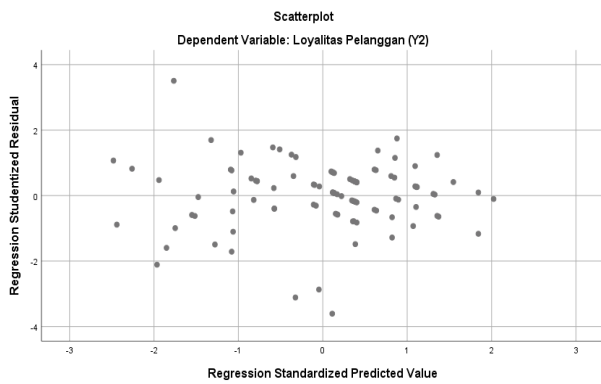
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEBERAGAMAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN Studi Pada Pelanggan *Smartphone* CV. Berkah Jaya Abadi**

**Uji Heteroskedastisitas**

**Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas Sub Stuktural I**



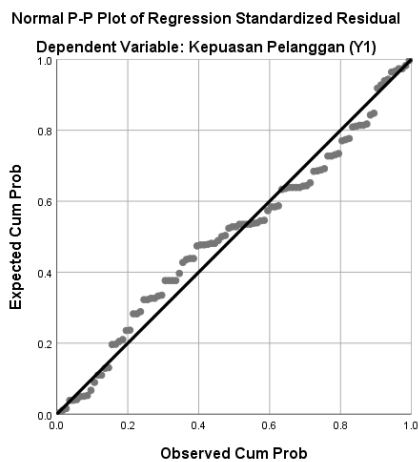
**Gambar 3. Uji Heteroskedastisitas Sub Stuktural II**



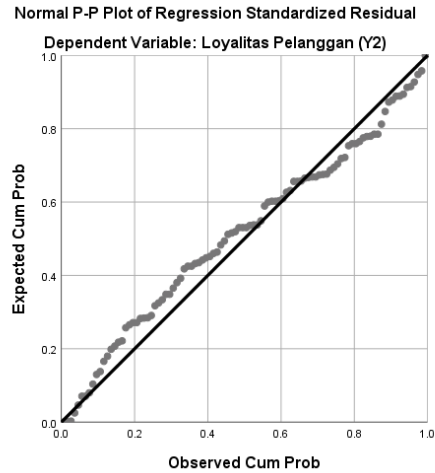
Berdasarkan gambar 2 dan gambar 3 di atas, menunjukkan bahwa bulatan-bulatan kecil tidak memiliki pola tertentu, seperti titik-titik atau bulatan yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) dan tidak ada pola yang jelas sehingga dapat disimpulkan tidak ada gejala heteroskedastisitas model regresi dalam penelitian ini.

**Uji Normalitas**

**Gambar 4. Uji Normalitas Sub Stuktural I**



**Gambar 5. Uji Normalitas Sub Stuktural II**



Berdasarkan gambar IV-4 dan gambar IV-5 uji normalitas di atas terlihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

**Uji t (Parsial)**

**Tabel 5. Uji t Sub Stuktural I Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	.306	.914	.335	.739
1 Kualitas Pelayanan (X1)	.607	.075	8.068	.000
Keberagaman Produk (X2)	.204	.089	2.302	.023

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y1)

1. Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.

Hasil uji t pada Tabel IV-12 di atas menunjukkan bahwa probabilitas signifikansi untuk variabel kualitas pelayanan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan hasil perhitungan diperoleh angka  $t_{hitung} 8,068 > t_{tabel} 1,98447$ . Hasil ini menyatakan bahwa hipotesis H1 diterima yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan CV. Berkah Jaya Abadi.

2. Hubungan Keberagaman Produk dan Kepuasan Pelanggan.

Hasil uji t pada Tabel IV-12 di atas menunjukkan bahwa probabilitas signifikansi untuk variabel keberagaman produk sebesar  $0,023 < 0,05$  dan hasil perhitungan diperoleh angka  $2,302 > t_{tabel} 1,98447$ . Hasil ini menyatakan bahwa hipotesis H2 di terima yang berarti keberagaman produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan CV. Berkah Jaya Abadi.

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEBERAGAMAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN Studi Pada Pelanggan *Smartphone* CV. Berkah Jaya Abadi**

**Tabel 6. Uji t Sub Struktural II**

Model	Unstandardize d Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.004	.995		2.015	.047
Kualitas Pelayanan (X1)	-.030	.106	-.033	-.284	.777
Keberagaman Produk (X2)	.435	.099	.410	4.393	.000
Kepuasan Pelanggan (Y1)	.425	.110	.436	3.851	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y2)

1. Hubungan Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan

Hasil uji t pada Tabel IV-13 di atas menunjukkan bahwa probabilitas signifikansi untuk variabel kualitas produk sebesar  $0,777 > 0,05$  dan hasil perhitungan diperoleh angka  $t_{hitung} -0,284 < t_{tabel} 1,98472$ . Hasil ini menyatakan bahwa hipotesis H3 ditolak yang berarti kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan CV. Berkah Jaya Abadi.

2. Hubungan Keberagaman Produk dan Loyalitas Pelanggan

Hasil uji t pada Tabel IV-13 di atas menunjukkan bahwa probabilitas signifikansi untuk variabel keberagaman produk sebesar  $0,000 < 0,05$  dan hasil perhitungan diperoleh angka  $t_{hitung} 4,393 > t_{tabel} 1,98472$ . Hasil ini menyatakan bahwa hipotesis H4 diterima yang berarti keberagaman produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan CV. Berkah Jaya Abadi.

3. Hubungan Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan

Hasil uji t pada Tabel IV-13 di atas menunjukkan bahwa probabilitas signifikansi untuk variabel kepuasan pelanggan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan hasil perhitungan diperoleh angka  $t_{hitung} 3,851 > t_{tabel} 1,98472$ . Hasil ini menyatakan bahwa hipotesis H5 diterima yang berarti kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan CV. Berkah Jaya Abadi.

**Uji Koefisien Deteminasi**

**Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi Sub Struktural I**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.790 <sup>a</sup>	.625	1.50951

a. Predictors: (Constant), Keberagaman Produk (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y1)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* persamaan I sebesar 0,617, artinya 61,7% variabel Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan keberagaman produk, sedangkan sisanya 38,3% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

**Tabel 8. Uji Koefisien Determinasi Sub Struktural II**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.733 <sup>a</sup>	.537	1.64164

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan (Y1), Keberagaman Produk (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y2)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* persamaan II sebesar 0,523, artinya 52,3% variabel loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, keberagaman produk dan kepuasan pelanggan sedangkan sisanya 47,7% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

**Analisis Korelasi**

**Tabel 9. Uji Korelasi Correlations**

		Kualitas Produk (X1)	Harga (X2)
Kualitas Pelayanan (X1)	Pearson Correlation	1	.644**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Keberagaman Produk (X2)	Pearson Correlation	.644**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan Tabel 9. di atas, nilai korelasi variabel kualitas pelayanan (X1) dan variable keberagaman produk (X2), adalah sebesar 0,644 dan angka signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , artinya antara variabel kualitas pelayanan (X1) dan variable keberagaman produk (X2) memiliki tingkat korelasi yang kuat dan signifikan.

**Uji Sobel**

Uji sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) lewat variabel *intervening* (M) (Ghozali, 2013: 248-249). *Sobel test* dalam penelitian ini dihitung menggunakan kalkulator *sobel-test* yang diakses melalui [website http://quantpsy.org/sobel/sobel.htm](http://quantpsy.org/sobel/sobel.htm).

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEBERAGAMAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN Studi Pada Pelanggan *Smartphone* CV. Berkah Jaya Abadi**

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.

**Tabel 10.**  
**Uji Sobel Sub Struktural I**

Test Statistic	Standar Error	P-Value
3.4867063	0.07398816	0.00048901

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai *Test Statistic*  $3,68863533 > 1,985$  dan *p-value*  $< 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa terjadi pengaruh mediasi.

2. Pengaruh Keberagaman Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.

**Tabel 11.**  
**Uji Sobel Sub Struktural II**

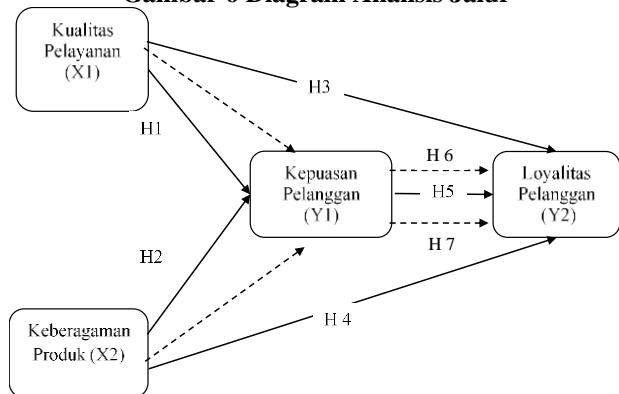
Test Statistic	Standar Error	P-Value
1.97132828	0.0439805	0.04868634

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai *Test Statistic*  $1.97132828 < 1,985$  dan *p-value*  $< 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi pengaruh mediasi.

**Diagram Analisis Jalur**

Diagram jalur digunakan untuk membantu konseptualisasi masalah atau menguji hipotesis yang kompleks dan juga untuk mengetahui pengaruh langsung dari variabel langsung dan tidak langsung dari variabel bebas terhadap variabel terikat :

**Gambar 6 Diagram Analisis Jalur**



Berdasarkan gambar 6 diagram analisis jalur di atas dapat dijelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 0,656 terhadap kepuasan pelanggan, variabel keberagaman produk berpengaruh sebesar 0,187 terhadap kepuasan pelanggan, variabel kualitas pelayanan berpengaruh sebesar -0,033 terhadap loyalitas pelanggan, keberagaman produk berpengaruh sebesar

0,410 terhadap loyalitas pelanggan, variabel kepuasan pelanggan berpengaruh sebesar 0,436 terhadap loyalitas pelanggan. Korelasi antara variabel kualitas pelayanan dan variabel keberagaman produk adalah 0,644.

**Pembahasan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan dan keberagaman produk) terhadap variabel terikat (loyalitas pelanggan) dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Pembahasan lebih lanjut dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

**1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.**

Pengujian hipotesis pertama dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil uji t diperoleh angka  $t_{hitung} 8,068 > t_{tabel} 1,98447$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hasil ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan dari CV. Berkah Jaya Abadi maka kepuasan pelanggan *Smartphone* CV. Berkah Jaya Abadi juga akan meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yulianto et.all (2018) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian, CV. Berkah Jaya Abadi diharapkan dapat selalu menjaga kualitas pelayanan yang diberikan, hal ini dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

**2. Pengaruh Keberagaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Pengujian hipotesis kedua dilakukan untuk mengetahui pengaruh keberagaman produk terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil uji t diperoleh angka  $2,302 > t_{tabel} 1,98447$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,023 < 0,05$ . Hasil ini menunjukkan bahwa variabel keberagaman produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya semakin tinggi tingkat keberagaman produk dari CV. Berkah Jaya Abadi maka kepuasan pelanggan *Smartphone* CV. Berkah Jaya Abadi juga akan meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Arsyanti dan Astuti (2016) menyatakan keberagaman produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian CV. Berkah Jaya Abadi diharapkan dapat meningkatkan keberagaman produk yang di jual, hal ini dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

**3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.**

Pengujian hipotesis ketiga dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil uji t diperoleh angka  $t_{hitung} -0,284 < t_{tabel} 1,98472$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,777 > 0,05$ . Hasil ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEBERAGAMAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN Studi Pada Pelanggan *Smartphone* CV. Berkah Jaya Abadi**

Artinya semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan dari CV. Berkah Jaya Abadi maka tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan *Smartphone* CV. Berkah Jaya Abadi. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wijaya (2014) yang menyatakan terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, namun hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmaddien dan Widati (2019) yang menyatakan Kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian CV. Berkah Jaya Abadi diharapkan dapat selalu menjaga kualitas pelayanan yang diberikan, hal ini diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

## **4. Pengaruh Keberagaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.**

Pengujian hipotesis keempat dilakukan untuk mengetahui pengaruh keberagaman produk terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil uji t diperoleh angka  $t_{hitung} 4,393 > t_{tabel} 1,98472$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hasil ini menunjukkan bahwa variabel keberagaman produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya semakin tinggi tingkat keberagaman produk dari CV. Berkah Jaya Abadi maka loyalitas pelanggan *Smartphone* CV. Berkah Jaya Abadi juga akan meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rohmawati (2018) menyatakan bahwa keberagaman produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian CV. Berkah Jaya Abadi diharapkan tetap meningkatkan keberagaman produk yang di jual, hal ini diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

## **5. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Pengujian hipotesis kelima dilakukan untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil uji t diperoleh angka  $t_{hitung} 3,851 > t_{tabel} 1,98472$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hasil ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya semakin tinggi tingkat kepuasan dari pelanggan dari CV. Berkah Jaya Abadi maka loyalitas pelanggan *Smartphone* CV. Berkah Jaya Abadi juga akan meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rohana (2020) yang menyatakan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian CV. Berkah Jaya Abadi diharapkan dapat selalu meningkatkan kepuasan pelanggan, hal ini dilakukan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

## **6. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.**

Berdasarkan hasil uji sobel diperoleh nilai *Test Statistic*  $3,68863533 > 1,985$  dan *p-value*  $< 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa terjadi pengaruh mediasi. Artinya, bahwa variabel kepuasan pelanggan

signifikan sebagai variabel intervening, maka dengan demikian hipotesis keenam kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada pelanggan *Smartphone* CV. Berkah Jaya Abadi diterima. Artinya, hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan *Smartphone* CV. Berkah Jaya Abadi didorong adanya kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan pada kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan *Smartphone* CV. Berkah Jaya Abadi.

## **7. Pengaruh Keberagaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan.**

Berdasarkan hasil uji sobel diperoleh nilai *Test Statistic*  $1,97132828 < 1,985$  dan *p-value*  $< 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi pengaruh mediasi. Artinya, bahwa variabel kepuasan pelanggan tidak signifikan sebagai variabel intervening, maka dengan demikian hipotesis ketujuh keberagaman produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada pelanggan *Smartphone* CV. Berkah Jaya Abadi diterima. Artinya, hubungan antara keberagaman produk dengan loyalitas pelanggan *Smartphone* CV. Berkah Jaya Abadi tidak didorong adanya kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan pada keberagaman produk tidak dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan *Smartphone* CV. Berkah Jaya Abadi. Hal ini dapat terjadi karena banyak konter lain (kompetitor) yang melakukan strategi keberagaman produk yang mereka jual.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan penelitian di atas tentang pengaruh kualitas pelayanan dan keberagaman produk melalui kepuasan pelanggan studi pada pelanggan CV. Berkah Jaya Abadi dengan responden sebanyak 100 orang responden maka dapat diambil kesimpulan adalah sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Keberagaman produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
4. Keberagaman produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
5. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
6. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.
7. Keberagaman produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEBERAGAMAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN Studi Pada Pelanggan *Smartphone* CV. Berkah Jaya Abadi**

**DAFTAR PUSTAKA**

- Engel, James F et al. 1995. *Perilaku Konsumen jilid 2*. Jakarta: Binarupa Aksara. 258 – 260.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Edisi. Keempat*, Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- \_\_\_\_\_.2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Edisi. Keempat*, Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin. 2010. *A First Look at Communication Theory.8 th edition*. Boston:McGraw Hill.Bungin.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas, Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip, dan Armstrong, Gerry. 2007. *Dasar – Dasar Pemasaran*. Edisi ke-9, Cetakan kedua. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, Christopher. Jachen Wright dan Jacky Mussry. 2012. *Pemasaran Jasa*. Edisi7. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Rohana, Tulus. 2020. *Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan*. Medan: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma.
- Rohmawati, Zunita. 2018. *Kualitas, Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Gersik: Universitas Muhammadiyah Gresik.
- Tjiptono, Fandy. 2013. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2011. *Service, Quality, dan Satisfaction, edisi ketiga*. Yogyakarta: Andy Publisher.
- Yulianto, Yulianto et.all. 2018. *Pengaruh Promosi Penjualan, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Counter Handphone Di Shiba Communication)*. Semarang: Universitas Pandanaran Semarang.