

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, SUASANA TOKO, DAN LOKASI TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA TOKO CV. JAYA SENTOSA  
KEBUMEN



UNIVERSITAS PUTRA BANGSA

## JIMMBA

*Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*

Homepage: <http://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/jimmba/index>

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, SUASANA TOKO, DAN  
LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
PADA TOKO CV. JAYA SENTOSA  
KEBUMEN

**Tomy Aufa Kuroma**

**185503553**

**UNIVERSITAS PUTRA BANGSA**

**KEBUMEN**

### **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of service quality, store atmosphere, and location on customer loyalty at CV Stores. Jaya Sentosa. The sample data taken in this study are CV shop consumers. Jaya Sentosa, totaling 100 people. The results of the analysis prove that the second hypothesis which reads that the store atmosphere partially has a positive and significant influence on customer loyalty. The results of the analysis prove that the third hypothesis which states that location partially has a significant positive effect on customer loyalty. The results of the analysis prove that the fourth hypothesis which reads that service quality, store atmosphere, and location simultaneously have a significant positive effect on customer loyalty.*

**Keywords: Service Quality, Store Atmosphere, Location, and Purchase Decision.**

### **ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, suasana toko, dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada Toko CV. Jaya Sentosa. Data sampel yang diambil pada penelitian ini yaitu konsumen Toko CV. Jaya Sentosa yang berjumlah 100 orang. Hasil analisis membuktikan bahwa hipotesis pertama yang berbunyi kualitas pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil analisis membuktikan bahwa hipotesis ke dua yang berbunyi suasana toko secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil analisis membuktikan bahwa hipotesis ketiga yang berbunyi lokasi secara parsial mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil analisis membuktikan bahwa hipotesis keempat yang berbunyi kualitas pelayanan, suasana toko, dan lokasi secara simultan mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

**Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Suasana Toko, Lokasi, dan Keputusan Pembelian.**

### **Latar Belakang Masalah**

Toko CV. Jaya Sentosa yang berlokasi di Jalan Sarbini no.171 B Kebumen merupakan toko grosir, eceran yang menjadi pilihan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sehari-hari. Toko CV. Jaya Sentosa berdiri pada tahun 2014 dan berkembang sampai saat ini. Banyaknya persaingan didalam bisnis sembako Toko CV. Jaya Sentosa membuat peneliti tertarik untuk meneliti lebih detail faktor apa saja yang membuat Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen mampu bertahan dan bersaing sampai dengan saat ini. Fenomena yang terjadi di Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen dimana disitu terdapat kompetitor yang ketat. Setelah melakukan survey terdapat kurang lebih 10 Toko yang bergerak dibidang yang sama. Fenomena ini sangat menarik untuk diteliti dan dikaji lebih dalam. Persaingan bisnis yang ketat, Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen mampu bertahan bahkan mengalami kenaikan pengunjung konsumen dan mengalami kenaikan pendapatan. Fenomena tersebut membuat peneliti lebih tertarik meneliti lebih dalam strategi yang diterapkan oleh pemilik toko.

Berdasarkan hasil wawancara kepada pemilik Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen, menunjukkan Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen mengalami kenaikan volume penjualan atau omset. Tahun 2019 Toko Sehati Karanganyar Kebumen memperoleh omset atau volume penjualan sebesar Rp. 3.432.000.000. Tahun 2020 mengalami kenaikan

omset atau volume penjualan sebesar Rp. 12.000.000. Tahun 2020 kembali mengalami kenaikan pendapatan yaitu sebesar Rp. 624.000.000. Fenomena ini membuat peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam faktor yang mempengaruhi kenaikan omset pendapatan di masa Pandemi Covid.

Berdasarkan fenomena mengenai kenaikan omset pendapatan pada Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen, peneliti melakukan observasi mengenai pengunjungan pelanggan lama dan pelanggan baru pada Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen. Tabel diatas menunjukkan Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen mengalami loyalitas pelanggan, hal ini dapat dilihat pada tabel diatas pelanggan lama pada tahun 2019 yang melakukan pembelian di Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen sebesar 69% sedangkan pelanggan baru sebesar 20%. Tahun 2020 pelanggan lama yang melakukan pembelian di Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen sebesar 70% sedangkan pelanggan baru sebesar 30%. Tahun 2021 pelanggan lama yang melakukan pembelian di Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen sebesar 85% sedangkan pelanggan baru sebesar 35%.

Berdasarkan fenomena positif pada uraian latar belakang masalah yang terjadi pada Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen, peneliti melakukan survey mini riset faktor yang mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan dengan sampel 30 responden dengan kriteria pelanggan yang sudah pernah melakukan minimal 3 kali. Berdasarkan hasil

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, SUASANA TOKO, DAN LOKASI TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA TOKO CV. JAYA SENTOSA  
KEBUMEN

miniriset menunjukkan hasil mini riset faktor yang mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan pada Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen. Berdasarkan hasil mini riset dari jumlah 30 responden, pelanggan yang loyalitas karena kualitas produk sebanyak 13%, pelanggan yang loyalitas karena kualitas pelayanan sebanyak 33%, pelanggan yang loyalitas karena suasana toko 24%, pelanggan yang loyalitas karena lokasi sebanyak 30%.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Suasana Toko, dan Lokasi, Terhadap Loyalitas Pelanggan, Pada Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen”**.

### **Kajian Teori**

#### **Loyalitas Pelanggan**

Menurut Tjiptono (2014: 393), mengemukakan bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.

Menurut Kotler dan Keller (2015: 240), indikator loyalitas terdiri dari:

- a. Kesetiaan terhadap pembelian produk (*repeat purchase*).
- b. Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan (*retention*).
- c. Mereferensikan secara total esistensi perusahaan (*referalls*)

#### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono (2015: 59), mengemukakan kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Menurut Fandy Tjiptono (2016: 284), terdapat lima dimensi pokok dalam kualitas pelayanan sebagai berikut:

- a. Reliabilitas (*reliability*). Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang akurat sejak pertama kali tanpa melakukan kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
- b. Daya Tanggap (*Responsiveness*). Berhubungan dengan kesediaan dan kemampuan karyawan untuk membantu para konsumen dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
- c. Jaminan (*Assurance*). Perilaku karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para konsumennya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah konsumen.
- d. Empati (*Empathy*). Menyatakan bahwa perusahaan memahami

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, SUASANA TOKO, DAN LOKASI TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA TOKO CV. JAYA SENTOSA  
KEBUMEN

masalah para konsumennya dan bertindak demi kepentingan konsumen, serta memberikan perhatian personal kepada para konsumen dan memiliki jam operasi yang nyaman.

- e. Bukti Fisik (*Tangible*). Berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, peralatan/perlengkapan yang lengkap, dan material yang digunakan perusahaan bersih, serta penampilan dari karyawan rapi.

### **Suasana Toko**

Menurut Tjiptono (2014: 317), Menurut J.Paul Peter dan Jerry C.Olson (2014: 62), suasana toko adalah suatu karakteristik fisik yang sangat penting bagi setiap bisnis ritel hal ini berperan sebagai penciptaan suasana yang nyaman sesuai dengan keinginan konsumen dan membuat konsumen ingin berlama-lama berada di dalam toko dan secara tidak langsung merangsang konsumen untuk melakukan pembelian.

Berman dan Evan (2014: 545), suasana toko dibatasi pada indikator sebagai berikut:

- a. Exterior (Bagian Depan Toko)  
Store exterior adalah bagian depan toko mencerminkan kemantapan dan kekokohan spirit perusahaan dan sifat kegiatan yang ada di dalamnya, serta dapat menciptakan kepercayaan dan goodwill bagi konsumen store exterior berfungsi sebagai identifikasi atau tanda pengenalan, sehingga sering menyatakan lambang

- b. General Interior (Bagian Dalam Toko)

General interior dari suatu toko harus dirancang untuk memaksimalkan visual merchandising. Seperti diketahui, iklan dapat menarik pembeli untuk datang ke toko, tapi yang paling utama yang dapat membuat penjualan setelah pembelian berada di toko adalah display.

- c. Store Layout (Tata Letak)  
Warna dan tata cahaya dapat memberikan image pada pelanggan
- d. Interior Display (Papan Pengumuman).  
Interior display merupakan tanda yang digunakan untuk memberikan informasi kepada konsumen untuk mempengaruhi suasana lingkungan toko.

### **Lokasi**

Menurut Fandy Tjiptono (2014: 92) "Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.

Menurut Fandy Tjiptono (2015: 92) indikator lokasi diantaranya yaitu:

- a. Akses
- b. Visibilitas
- c. Lalu lintas (traffic)
- d. Tempat parkir
- e. Ekspansi
- f. Lingkungan
- g. Persaingan
- h. Peraturan pemerintah.

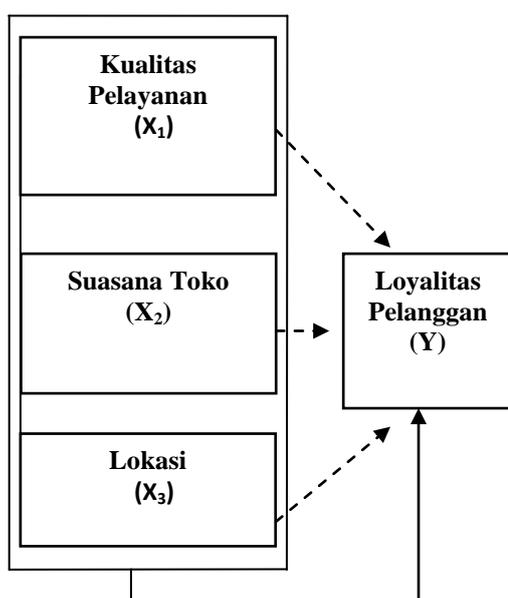
### **Model Empiris**

Berdasarkan pada tinjauan pustaka yang telah di uraikan di atas

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, SUASANA TOKO, DAN LOKASI TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA TOKO CV. JAYA SENTOSA  
KEBUMEN

mengenai variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Suasana Toko ( $X_2$ ) dan Lokasi ( $X_3$ ) terhadap Loyalitas Pelanggan ( $Y$ ), maka dapat digambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut :

**Gambar II-1**  
**Model Empiris**



### Hipotesis

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis pada penelitian ini :

- H1 : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen.
- H2 : Diduga suasana toko berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen.
- H3 : Diduga lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen.

H4 : Diduga kualitas pelayanan, suasana toko, dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen.

### Metode Penelitian

#### Populasi dan Sampel

##### Populasi

Menurut Sugiyono (2014: 115), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasinya konsumen pada Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen yang jumlah populasinya tidak terbatas.

##### Sampel

Menurut Sugiyono (2014: 116), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Pada penelitian ini, sampel yang digunakan adalah konsumen pada Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen dengan jumlah 100 responden.

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel, untuk menentukan sampel yang akan

digunakan dalam penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *probability sampling*. Menurut Sugiyono (2014: 118), *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Teknik *probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*. Menurut Sugiyono (2014: 118), *simple random sampling* adalah dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhartikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen. Pada penelitian ini, sampel yang digunakan adalah konsumen pada Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen.

#### **Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data yang dimaksud untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan dan akurat melalui :

- a. Observasi yaitu dengan melakukan pengamatan secara langsung pada obyek penelitian.
- b. Kuesioner yaitu dengan membuat sejumlah daftar pertanyaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti dan diajukan kepada responden. Jawaban setiap item instrument menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, Sugiyono (2008: 143).
  1. Sangat Setuju skor = 4

2. Setuju skor = 3
  3. Tidak Setuju skor = 2
  4. Sangat Tidak Setuju skor = 1
- c. Studi Pustaka, yaitu dengan mengambil teori-teori yang ada pada literatur yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

#### **Teknik Analisis Data**

Dalam perhitungan pengolahan data regresi linier berganda analisis jalur peneliti mempergunakan alat bantu yang berupa program aplikasi komputer yaitu *SPSS for windows* versi 25

### **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

#### **Uji Hipotesis**

- a. Pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)  
Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hasil t hitung sebesar  $2,392 > t$  tabel  $1,984$  dengan tingkat signifikansi  $0,019 < 0,05$  ini berarti variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, maka dapat disimpulkan hipotesis 1 dapat diterima.
- b. Pengaruh Suasana Toko ( $X_2$ ) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)  
Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil t hitung sebesar  $3,938 > t$  tabel  $1,984$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  ini berarti variabel Suasana Toko berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, maka dapat

disimpulkan hipotesis 2 dapat diterima.

c. Pengaruh Lokasi ( $X_3$ ) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil t hitung sebesar  $2,471 > t$  tabel  $1,984$  dengan tingkat signifikansi  $0,015 < 0,05$  ini berarti variabel Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, maka dapat disimpulkan hipotesis 3 dapat diterima.

d. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Suasana Toko, dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan.

Berdasarkan analisis nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $10,583$  dengan nilai signifikan  $0,000$  karena nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $10,583 > F_{tabel} 2,70$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa bahwa variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Suasana Toko ( $X_2$ ), Lokasi ( $X_3$ ), terhadap berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan ( $Y_1$ ) secara simultan. Berdasarkan hasil diatas maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 dapat diterima.

### Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Suasana Toko ( $X_2$ ), Lokasi ( $X_3$ ), terhadap variabel dependen Loyalitas Pelanggan ( $Y_1$ ). Pembahasan yang lebih lanjut dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan analisis untuk variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, karena nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,392 > t$  tabel  $1,984$ . Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan  $0,187$  atau  $18,7\%$ , artinya bahwa peran kualitas pelayanan mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan. Variabel kualitas pelayanan merupakan faktor penting untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, karena kualitas pelayanan merupakan proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas *intangible* (tidak berwujud) yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara konsumen dengan karyawan jasa, sumber daya fisik, barang, atau sistem penyedia jasa yang disediakan sebagai solusi atas masalah konsumen. Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.

Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Kandida Indah Sola (2017). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Kandida Indah Sola (2017), menunjukkan adanya pengaruh hubungan positif kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan. Artinya kualitas pelayanan mempunyai hubungan

untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

## 2. Pengaruh Suasana Toko terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan analisis untuk variabel suasana toko mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, karena nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,938 >  $t_{tabel}$  sebesar 1,984. Besarnya pengaruh suasana toko terhadap loyalitas pelanggan 0,259 atau 25,9%, artinya bahwa peran suasana toko mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan. Variabel suasana toko merupakan faktor penting untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. suasana toko adalah suatu karakteristik fisik yang sangat penting bagi setiap bisnis ritel hal ini berperan sebagai penciptaan suasana yang nyaman sesuai dengan keinginan konsumen dan membuat konsumen ingin berlama-lama berada di dalam toko dan secara tidak langsung merangsang konsumen untuk melakukan pembelian. Suasana toko mempengaruhi keadaan emosi konsumen yang menyebabkan atau mempengaruhi pembelian. Loyalitas merupakan sesuatu yang timbul tanpa adanya paksaan tetapi timbul dengan sendirinya. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Albertus Kelik Pambudi (2018), hasil penelitian menunjukkan faktor suasana toko mempunyai pengaruh atau hubungan yang positif untuk

meningkatkan loyalitas pelanggan. Artinya suasana toko mempunyai hubungan positif untuk meningkatkan loyalitas pelanggan

## 3. Pengaruh Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan analisis untuk variabel brand lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, karena nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,471 >  $t_{tabel}$  sebesar 1,984. Besarnya pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan 0,115 atau 11,5%, artinya bahwa peran lokasi mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan sebesar 11,5%. Lokasi merupakan tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus-menerus terhadap barang atau jasa dari suatu perusahaan yang dipilih. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Tino Hadianto (2010), hasil penelitian menunjukkan faktor lokasi mempunyai pengaruh atau hubungan yang positif untuk meningkatkan loyalitas

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, SUASANA TOKO, DAN LOKASI TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA TOKO CV. JAYA SENTOSA  
KEBUMEN

pelanggan. Artinya lokasi mempunyai hubungan positif untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

### Simpulan

Penelitian ini menguji pengaruh kualitas pelayanan, suasana toko, dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan. Adapun yang menjadi subyek dalam penelitian ini adalah konsumen Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen. Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda dan pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan beberapa hal dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen. Artinya peran kualitas pelayanan dalam penelitian ini mempunyai berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen. Berdasarkan dibuktikannya hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada loyalitas pelanggan Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen, begitu juga sebaliknya kualitas pelayanan yang kurang baik akan berakibat pada menurunnya tingkat loyalitas pelanggan Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan 0,187 atau 18,7%, artinya bahwa peran kualitas pelayanan mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan.
2. Suasana toko mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen. Artinya peran suasana toko dalam penelitian ini mempunyai berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen. Berdasarkan dibuktikannya hasil penelitian bahwa suasana toko yang baik akan berdampak pada loyalitas pelanggan Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen, begitu juga sebaliknya suasana yang kurang baik akan berakibat pada menurunnya tingkat loyalitas pelanggan Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen. Besarnya pengaruh suasana toko terhadap loyalitas pelanggan 0,259 atau 25,9%, artinya bahwa peran suasana toko mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan.
3. Lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen. Artinya peran lokasi dalam penelitian ini mempunyai berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen. Berdasarkan dibuktikannya hasil penelitian bahwa lokasi yang baik akan berdampak pada loyalitas pelanggan Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen, begitu juga sebaliknya lokasi yang kurang baik akan berakibat pada menurunnya tingkat loyalitas

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, SUASANA TOKO, DAN LOKASI TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA TOKO CV. JAYA SENTOSA  
KEBUMEN

- pelanggan Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen. Besarnya pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan 0,115 atau 11,5%, artinya bahwa peran lokasi mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan sebesar 11,5%.
4. Kualitas pelayanan, suasana toko, dan lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan atau bersama – sama terhadap loyalitas pelanggan Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen, diperoleh diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 10,583 dengan nilai signifikan 0,000 karena nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $10,583 > F_{tabel} 2,70$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa bahwa variabel Kualitas pelayanan, suasana toko, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan secara simultan.
- Saran**
- Saran yang dapat disampaikan sehubungan dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:
1. Hasil penelitian ini digunakan untuk pertimbangan bagi manajemen Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen dalam mengembangkan strategi menghadapi persaingan, sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam pengembangan strategi di masa yang akan datang.
  2. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi pihak manajemen Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen agar mampu meningkatkan loyalitas pelanggan dengan memperhatikan kualitas pelayanan, suasana toko, dan lokasi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen.
  3. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner mengenai kualitas pelayanan bisa digunakan untuk pertimbangan bagi manajemen Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen untuk meningkatkan kualitas pelayanan karyawannya, seperti kemampuan karyawan untuk memberikan pelayanan yang akurat, dan para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah konsumen.
  4. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner mengenai suasana toko pada Toko CV. Jaya Sentosa bisa digunakan untuk pertimbangan bagi manajemen Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen untuk meningkatkan serta dapat menciptakan kepercayaan dan *goodwill* bagi konsumen *store exterior* berfungsi sebagai identifikasi atau tanda pengenalan, sehingga sering menyatakan lambang.
  5. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner mengenai lokasi bisa digunakan untuk pertimbangan bagi manajemen Toko CV. Jaya Sentosa Kebumen untuk menyediakan lokasi tempat parkir yang luas agar pelanggan nyaman.

**Daftar Pustaka**

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, SUASANA TOKO, DAN LOKASI TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA TOKO CV. JAYA SENTOSA  
KEBUMEN

- Abdullah, M. Ma'ruf Amin. 2016. *Manajemen Berbasis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Albertus Kelik Pambudi. 2018. Skripsi. Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Suasana Toko terhadap Loyalitas Pelanggan.
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Amstrong & Kotler. 2016. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks. Kotler dan Gary Amstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga
- \_\_\_\_\_. 2012. *Principles of Marketing edition*. Pearson Education Inc
- \_\_\_\_\_. 2014. *Principle of Marketing*, 15th edition. New Jersey : Pearson Prentice Hall
- \_\_\_\_\_. 2010. *Principles of Marketing*. Edisi 13. United States of America : Pearson
- \_\_\_\_\_. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Jakarta: Salemba Empat.
- Arikunto, Suharsimi. 2012. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Berman, B., & Evans, J. R. 2014. *Retail Management: a strategic approach* (12th ed). Upper Saddle River: Pretice Hall International, Inc.
- Doni Rahman Nugraha. 2016. Pengaruh Suasana Toko, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Outlet Rabbani
- Fajar Laksana. 2010. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Yogyakarta: Andi Offset.
- \_\_\_\_\_. 2016. *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*, Yogyakarta: Andi Offset.
- \_\_\_\_\_. 2012, *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- \_\_\_\_\_. 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- \_\_\_\_\_. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- \_\_\_\_\_. 2013. *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. BP Undip. Semarang Harnanto.
- Hadianto Tino. 2010. Skripsi Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan
- Heizer and Render. 2015. *Manajemen Operasi. Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*, edisi 11, Jakarta: Salemba Empat.

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, SUASANA TOKO, DAN LOKASI TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA TOKO CV. JAYA SENTOSA  
KEBUMEN

- Indah Kandida Sola. 2017. Skripsi. pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Sakola Factory Outlet Jogja
- J.N. Setiadi. 2003. *Perilaku Konsumen. Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Kencana.
- Munawaroh. 2013. *Panduan Memahami Metodologi Penelitian*. Malang: PT Intimedia
- Olson & Peter. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Edisi keempat, Erlangga
- Schiffman, Kanuk. 2014. *Consumer Behaviour*. London: Pearson
- Sri Wahyuni. 2016. Skripsi. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Citra Swalayan Andalas Padang
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta
- \_\_\_\_\_. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- \_\_\_\_\_. 2010. *Metode Penelitian Administratif*. Bandung: Alfabeta
- \_\_\_\_\_. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- \_\_\_\_\_. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- \_\_\_\_\_. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- \_\_\_\_\_. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV