

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, HARGA, KEPUASAN
KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA STUDI
KASUS MR. DIY OPI MALL PALEMBANG**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat

Guna Mencapai Gelar Sarjanaa



Diajukan Oleh :

AYU OKTARI

2001110130

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDINANTI


2024


UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : AYU OKTARI
Nomor Pokok Mahasiswa : 2001110130
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Keragaman Produk, Harga, Kepuasan
Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada
Studi Kasus Mr. DIY Opi Mall Palembang.

Pembimbing Skripsi

Tanggal 23 sept 2024 Pembimbing I: 
Agustina Marzuki, SE, M.Si
NIDN: 0008086502

Tanggal 23 sept 2024 Pembimbing II: 
Umi Hasanah, SE, MM
NIDN: 0220016002

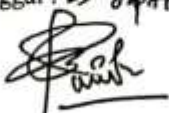
Mengetahui,

Dekan
Tanggal : 23 September 2024



Dr. Msy. Mikial, SE., M.Si. Ak, CA, CSRS
NIDN. 0205026401

Ketua Program Studi
Tanggal : 23 September 2024


Mariyam Zanariah, SE, MM
NIDN. 0222096301

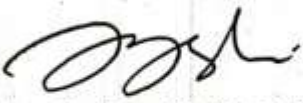
UNIVERSITAS TRIDINANTI


FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

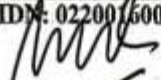
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : AYU OKTARI
Nomor Pokok Mahasiswa : 2001110130
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Keragaman Produk, Harga, Kepuasan
Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada
Studi Kasus Mr. DIY Opi Mall Palembang.

Penguji Skripsi :

Tanggal 23 Sept 2024 Ketua Penguji : 
Agustina Marzuki, SE., M.Si
NIDN: 0008086502


Tanggal 23 sept 2024 Penguji I : 
Umi Hasanah, SE., M.M
NIDN: 0220016002

Tanggal 23 sept 2024 Penguji II : 
M. Ridwan, SE., M.M
NIDN :0219116101

Mengetahui:

Dekan
Tanggal : 23 september 2024

Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak.CA, CSRS
NIDN. 0205026401

Ketua Program Studi
Tanggal: 23 september 2024

Mariyam Zanariah, SE, MM
NIDN. 0222096301

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ayu Oktari
NPM : 2001110130
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Manajemen
Judul : Pengaruh Keragaman Produk, Harga, Kepuasan
Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada
Studi Kasus Mr. DIY Opi Mall Palembang.

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan jiplakan karya orang lain. Kecuali dalam kutipan yang disebutkan dalam sumbernya. Apabila terdapat kesalahan, kekeliruan pada skripsi ini, maka sepenuhnya tanggung jawab saya sebagai penulis.

Dengan demikian pernyataan ini saya buat yang sesungguhnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, September 2024



Ayu Oktari

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Orang tua di rumah menanti kepulanganmu dengan hasil yang membanggakan, jangan kecewakan mereka. Simpan keluhmu, sebab letihmu tak sebanding dengan perjuangan mereka menghidupimu.”

(Ikadr)

Kupersembahkan kepada :

- **Allah Subhanahu Wa Ta’ala**
- **Bapak dan Ibu ku Tercinta**
- **Keluarga dan Saudara-Saudariku Tersayang**
- **Almamater**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas segala rahmat dan karunia yang telah diberikan oleh Allah SWT karena pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**Pengaruh Keragaman Produk, Harga, Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Mr. DIY Opi Mall Palembang**”, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kesalahan maupun kekurangan disebabkan oleh masih terbatasnya pengetahuan dan kemampuan yang penulis miliki. Namun, berkat doa, bimbingan, dukungan dari banyak pihak yang membantu penulis. Maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih khususnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal, AE.MS. selaku Rektor Universitas Tridinanti.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE., M.Si.Ak,CA,CSRS, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
3. Ibu Mariyam Zanariah, SE., MM, selaku ketua prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
4. Ibu Hj. Agustina Marzuki, SE., MM, selaku Pembimbing Akademik sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah banyak membantu dan meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Umi Hasanah, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu membimbing dan mengarahkan skripsi ini agar selesai dengan baik dan tepat waktu.
6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi beserta karyawan yang telah mengajar dan memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis.

7. Pimpinan dan karyawan Mr. DIY Opi Mall Palembang yang sudah bersedia memberikan data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini serta meluangkan waktunya.

Ayahanda Sulaiman dan Ibunda Sopia yang sangat penulis cintai dan sayangi yang paling berarti dalam hidup penulis, mendukung, memberi nasihat, dan semangat. Terima kasih atas setiap lelah dan upaya serta selalu mendoakan dalam mencari rezeki agar anak-anaknya bisa mendapatkan pendidikan yang tinggi.

8. Kakak perempuan serta suami, Era Wati dan Umar Hasan terimakasih atas doa dan dukungannya.
9. Keluarga besar yang selalu memberikan semangat dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuanganku yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, Penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT dan semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi ini, semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Palembang, September 2024

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1Kajian Teoritis	7
2.1.1 Keragaman Produk	7
2.1.2Harga	11
2.1.3 Kepuasan Konsumen	17
2.1.4 Loyalitas Konsumen.....	23
2.2 Penelitian Relevan	25
2.3 Kerangka Berfikir	26
2.4 Hipotesis	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	28
3.1.1 Tempat Penelitian.....	28
3.1.2 Waktu Penelitian	28

3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.2.1 Sumber Data.....	29
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.3 Populasi dan Sampel	30
3.3.1 Populasi.....	30
3.3.2 Sampel.....	31
3.4 Rancangan Penelitian	32
3.5 Variabel dan Definisi Operasional	34
3.5.1 Variabel Penelitian	34
3.5.2 Definisi Operasional.....	34
3.6 Instrumen Penelitian.....	38
3.7 Uji Instrumen	38
3.8 Uji Normalitas.....	39
3.9 Uji Asumsi Klasik	39
3.9.1 Uji Multikolinieritas.....	40
3.9.2 Uji Heteroskedastisitas.....	41
3.10 Teknik Analisis Data.....	41
3.10.1 Regresi Linier Berganda	42
3.10.2 Koefisien Kolerasi (r).....	43
3.11 Uji Hipotesis.....	44
3.11.1 Uji F (Simultan)	44
3.11.2 Uji t (Uji Parsial).....	45

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	47
4.1.1 Gambaran Umum.....	47
4.1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	47
4.1.1.2 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	48
4.2 Karakteristik Responden	51
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berlangganan	53
4.1.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Perbulan....	53
4.3 Hasil Instrumen.....	54
4.1.3.1 Uji Validitas	54

4.4 Uji Normalitas	58
4.1.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	61
4.1.6 Teknik Analisis Data.....	63
4.2 Pembahasan	73
4.2.1 Pengaruh Keragaman Produk, Harga dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada MR. DIY Opi Mall Palembang.....	73
4.2.2	
Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada MR. DIY Opi Mall Palembang	73
4.2.3 Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada MR. DIY Opi Mall Palembang.....	74
4.2.4 Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada MR. DIY Opi Mall Palembang.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel.1.1 Transaksi Bulan April Tahun 2024.....	4
Tabel 2.1 Penelitian yang relevan	25
Tabel 3.1 Waktu Penelitian 2023	28
Tabel 3.2 Definisi Operasional	35
Tabel 3.3 Skala likert	42
Tabel 3.4 Uji Kolerasi	43
Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden	51
Tabel 4.2. Usia Responden.....	52
Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas Variabel Keragaman Produk (X_1).....	53
Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas Harga (X_2).....	54
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (X_3).....	54
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Loyalitas Konsumen (Y).....	55
Tabel 4.7. Hasil Uji reabilitas	56
Tabel 4.8. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov	59
Tabel 4.9. Hasil Uji Multikolinieritas	60
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	62
Tabel 4.11. Hasil Analisis Koefesien Korelasi	64
Tabel 4.12 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	65
Tabel 4.13. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	66
Tabel 4.14. Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Berfikir.....	26
Gambar 4.1. Struktur Organisasi.....	48
Gambar 4.2 Uji Normalitas Histogram	57
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas P-Plot	58
Gambar 4.4. Hasil Uji Heterokedastisitas	61

ABSTRAK

AYU OKTARI, Pengaruh Keragaman Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Studi Kasus di MR. DIY Opi Mall Palembang. (dibawah bimbingan Ibu Agustina Marzuki, SE,M.Si dan Ibu Umi Hasanah, SE.MM)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pengaruh keragaman produk, harga, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada studi kasus di MR. DIY Opi Mall Palembang. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik nonprobability dengan metode sampling insidental. Adapun tehnik pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner dan teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil penelitian berdasarkan hasil F menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan dari Keragaman Produk (X_1), Harga (X_2), dan Kepuasan Konsumen (X_3), Terhadap Loyalitas Konsumen (Y). Berdasarkan hasil Uji t menunjukkan bahwa : Variabel Keragaman Produk (X_1) dan Variabel Harga (X_2) tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen (Y) sedangkan Variabel Kepuasan Konsumen (X_3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y). 5. Dari hasil penelitian menunjukkan 53,5% loyalitas konsumen Palembang diperoleh dari faktor lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Keragaman Produk, Harga, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

AYU OKTARI, The Influence of Product Diversity, Price, and Consumer Satisfaction on Consumer Loyalty in a Case Study at MR. DIY Opi Mall Palembang. (under the guidance of Mrs. Agustina Marzuki, SE, M.Si and Mrs. Umi Hasanah, SE.MM)

This study aims to determine the influence of product diversity, price, and consumer satisfaction on consumer loyalty in a case study at MR. DIY Opi Mall Palembang. The determination of the sample in this study used a nonprobability technique with an incidental sampling method. The data collection technique was carried out with a questionnaire and the analysis technique used was multiple regression. The results of the study based on the F results showed that simultaneously there was a significant influence of Product Diversity (X1), Price (X2), and Consumer Satisfaction (X3), on Consumer Loyalty (Y). Based on the results of the t-test, it shows that among them: Product Diversity Variable (X1) and Price Variable (X2) do not have a partial influence on consumer loyalty (Y) while the Consumer Satisfaction Variable (X3) partially has a significant effect on Consumer Loyalty (Y). The research results show that 53.5% of Palembang consumer loyalty is obtained from other factors not mentioned in this research.

Keywords: Product Diversity, Price, Consumer Satisfaction, Consumer Loyalty

RIWAYAT HIDUP

Ayu Oktari, dilahirkan di desa Tanjung Serang , Kayu Agung OKI pada tanggal 21 Oktober 2000. Penulis merupakan anak dari Bapak Sulaiman dan Ibu Sopia. Penulis menyelesaikan Pendidikan Sekolah Dasar pada tahun 2013 di SD Negeri 1 Tanjung Serang, dan menyelesaikan Sekolah Menengah Pertama pada tahun 2016 di SMP Negeri 4 Kayu Agung, selanjutnya meneruskan pendidikan di Sekolah Menengah Kejuruan di SMK Negeri 1 Kayu Agung dan selesai pada tahun 2019. Pada tahun 2020 penulis melanjutkan pendidikannya di Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.

Pada tahun 2019, penulis mulai bekerja di MR. DIY Palembang Square sebuah Perusahaan yang bergerak di Bidang Retail.

Palembang, September 2024

Ayu Oktari

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, kemajuan bisnis telah memperketat persaingan di sektor ritel. Dilansir dari *Kompas.com*, berdasarkan data dari Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (APRINDO), bisnis ritel mulai tumbuh pada tahun 1980-an, seiring dengan peningkatan ekonomi nasional. Selain itu, perubahan gaya hidup masyarakat kelas menengah ke atas, terutama di daerah perkotaan yang lebih suka berbelanja di pusat perbelanjaan modern, juga mendorong pertumbuhan bisnis eceran di Indonesia. Hal tersebut juga mendorong setiap perusahaan ritel harus terus berinovasi dan meningkatkan kualitas dan pangsa pasar sehingga mendorong keberhasilan dan memunculkan loyalitas konsumen.

Loyalitas konsumen adalah kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk, merek, atau perusahaan yang ditunjukkan melalui perilaku pembelian berulang dan dukungan positif secara terus-menerus. Hasan (2014) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah orang yang secara rutin dan berulang kali melakukan pembelian, terus-menerus kembali ke tempat yang sama untuk memenuhi keinginan mereka dengan memiliki suatu produk atau memperoleh suatu jasa, serta membayar produk tersebut. Faktor penting yang memengaruhi loyalitas pelanggan diantaranya : keragaman produk, harga, dan kepuasan konsumen.

Meningkatkan keragaman produk menjadi salah satu faktor dalam mencapai keberhasilan untuk bisa meningkatkan penjualan, dalam mengembangkan bisnis ritel. Menurut Gunawan (2022), Keanekaragaman produk mengacu pada variasi semua produk yang ditawarkan, serta ketersediaan dan kelengkapannya pada satu waktu di toko, termasuk merek, ukuran, kualitas, dan karakteristik lainnya. Konsumen akan merasa puas dan mendorong loyalitas konsumen terhadap keragaman produk jika toko tersebut mampu menyediakan produk-produk sesuai dengan keinginan konsumen.

Selain itu, harga juga merupakan faktor penentu bagi konsumen untuk melakukan pembelian secara impulsif. Harga adalah nilai uang yang dibayarkan oleh konsumen kepada penjual atas pembelian barang atau jasa. Dengan kata lain, harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang telah ditentukan oleh penjual. Definisi lain juga menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan kepada konsumen untuk memperoleh manfaat saat membeli suatu produk, baik barang ataupun jasa dari produsen. Dalam pemasaran, harga adalah hal terpenting dalam jual beli karena menjadi nilai tukar dari sebuah produk atau jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter. Harga merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan perusahaan dalam menjalankan bisnis.

Kepuasan konsumen adalah suatu aset yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan yang berorientasikan pada konsumen, sebab tumbuhnya suatu perusahaan tidak terlepas dari pengaruh seorang konsumen yang menggunakan produk dari perusahaan, oleh karena itu perusahaan diharuskan untuk mengevaluasi kinerja dan meningkatkannya demi suatu eksistensi perusahaan,

bila konsumen merasakan kebutuhannya/ekspektasinya terpenuhi atas pelayanan maka konsumen akan puas begitupun sebaliknya bila pelayanan yang diterima konsumen tidak sesuai dengan ekspektasi maka konsumen merasa tidak puas. Usaha untuk memuaskan konsumen sangatlah menantang karena persaingan yang sangat ketat serta perubahan lingkungan sosial yang mempengaruhi perilaku konsumen seiring dengan pertumbuhan ekonomi yang semakin pesat. Perusahaan harus melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen, seperti menyesuaikan harga, menyediakan beragam varian produk, dan meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan.

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang ritel yang berkembang dengan pesat hingga mempunyai 786 cabang yang tersebar di kota-kota di Indonesia adalah Mr. DIY. Mr. DIY didirikan oleh PT. Duta Intiguna Yasa yang telah berdiri sejak tahun 2017. Mr. DIY memberikan pelayanan penjualan mulai dari aksesoris, *fashion*, olahraga, hingga pada peralatan rumah tangga. Banyaknya jumlah outlet Mr. DIY yang sudah tersebar di seluruh Indonesia, salah satunya di kota Palembang yaitu Mr. DIY Opi Mall Palembang.

Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan di toko Mr. DIY Opi Mall Palembang, adanya keluhan pelanggan yang sering berkunjung di Mr. DIY Opi Mall Palembang yang berdampak kepada loyalitas konsumen, karena banyaknya pelanggan yang beralih ke toko lain. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pelanggan/konsumen yang berkunjung di Mr. DIY Opi Mall Palembang. Berikut grafik frekuensi pengunjung dan jumlah transaksi pada bulan Januari sampai April di Mr. DIY Opi Mall Palembang.

Tabel 1.1
Transaksi Bulan Januari - April Tahun 2024

Bulan	Frekuensi Pengunjung	Jumlah Transaksi
Januari	16220	Rp 1.994.869.200
Februari	14172	Rp 1.432.000.000
Maret	2182	Rp. 1.263.400.000
April	8728	Rp 1.012.348.000
Jumlah	41302	Rp 5.702.647.200

Sumber : Mr.DIY Opi Mall Palembang, 2024

Dari tabel 1.1 diatas dapat disimpulkan bahwa Mr. DIY Opi Mall Palembang mengalami penurunan frekuensi pengunjung dan mengakibatkan pendapatan yang kurang stabil. Masalah yang sering ditemukan pada perusahaan ini adalah kurangnya varian produk, persediaan produk yang tersedia tidak lengkap, harga tidak sesuai dengan kualitas, harga tidak konsisten, pelayanan staf yang kurang ramah, lambatnya proses pembayaran, kebersihan toko yang tidak terjaga, dan respons yang lambat terhadap keluhan. Menurut Peneliti, adanya keluhan-keluhan tersebut dapat menurunkan loyalitas konsumen, oleh karena itu Mr. DIY Opi Mall Palembang perlu melakukan evaluasi terhadap loyalitas konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian tentang **Pengaruh Keragaman Produk, Harga, Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Studi Kasus Mr. DIY Opi Mall Palembang**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan dirumuskan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah keragaman produk, harga dan kepuasan konsumen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Mr. DIY Opi Mall Palembang?
2. Apakah keragaman produk berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen pada Mr. DIY Opi Mall Palembang?
3. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen pada Mr. DIY Opi Mall Palembang?
4. Apakah Kepuasan Konsumen berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen di Mr. DIY Palembang Square Mall?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan :

1. Pengaruh Keragaman Produk, Harga dan Kepuasan Konsumen secara simultan terhadap loyalitas konsumen Mr. DIY Opi Mall Palembang.
2. Pengaruh Keragaman Produk secara parsial terhadap loyalitas konsumen pada Mr. DIY Opi Mall Palembang.
3. Pengaruh Harga secara parsial terhadap loyalitas konsumen di Mr. DIY Opi Mall Palembang.
4. Pengaruh Kepuasan konsumen secara parsial terhadap loyalitas konsumen di Mr. DIY Opi Mall Palembang.

1.4 Manfaat penelitian

Dari penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberi manfaat kepada pihak sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Diharapkan dengan adanya penelitian dapat menambah ilmu, wawasan dan keterampilan di bidang bisnis ritel serta bisa mempraktekannya jika sudah berkerja nanti sesuai apa yang sudah dipelajari saat kuliah maupun penelitian.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan guna untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen maupun sekitarnya.

3. Bagi Akademik

Sebagai acuan atau referensi dalam studi penelitian selanjutnya serta dapat memberikan informasi yang berguna bagi Universitas Tridinanti.

DAFTAR PUSTAKA

- Abderahman, K. F. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Grab-Food Indonesia.
- Adi Purnomo, R. (2017). Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Bersama SPSS. CV Wade Group.
- Ali Hasan (2014), Marketing dan Kasus-kasus pilihan. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta.
- Alma, B. (2020) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Atillah, Rahma, Kompas.com, (2023). “Pengertian Bisnis Retail dan Sejarah Perkembangannya di Indonesia”
- Assagaf, Sagaf, IBN Umar. (2014). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Serta Trust Terhadap Loyalitas Nasabah(Studi Kasus Nasabah Asuransi Manilife di Jawa Tengah) Semarang*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
- Bawono, Adhi, dkk. (2018). *Pengaruh Perilaku Konsumen, Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Situs Belanja Online (Studi Kasus Pada Situs Belanja Online XYZ)*. Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan. Volume 2: 131-144.
- Enril, Comaeni Ferdinan dan Rini Nugraheni. (2013). *Analisi Pengaruh Presepsi Harga, Presepsi Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Pembelian Sepeda Motor Suzuki (Studi Pada Pembeli- Pengguna Sepeda Motor Suzuki Di Kota Solo)*. Journal of Management, Vol. 2, No. 2, Hal. 1-12.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, Didik. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.

- Kartajaya, Hermawan. (2003). *Mark Plus on Strategy*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kirom, Bahrul. (2015). *Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*. Cetakan keempat. Bandung: Pustaka Reka Cipta
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ke9. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P dan Amstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2019). *Manajemen Pemasaran Edisi ke Tigabelas Jilid 1*. Erlangga, Jakarta
- Nugraheni, Y., & Wiwoho, G. (2020). Pengaruh Brand Image dan Perceived Quality Terhadap Customer Satisfaction dan Repurchase Intention (Studi pada member Sophie Paris di BC Laelatul Qomar Kebumen). *Jurnal STIE Putra Bangsa*, 1–13.
- Oliver, R. L. (1980). *A cognitive Model of the Antecedent and Consequences of Satisfaction Decisions*. *American Marketing Association*, 17(9), 460–469.
- Griffin, J. (2016). *Loyalitas Pelanggan: menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan / Jill Griffin ; alih bahasa, Dwi Kartini Yahya*. In J. Griffin (Ed.), *Customer loyalty* (15th ed., pp. xv, 238 hlm; 23 cm.). Erlangga: Jakarta.
- Groover, P. Mikell. 2010. *Fundamentals Of Modern Munufacturing: Materials, Process, And Systems 4th Edition*. London: John Wiley Sons, Inc
- Pedoman Penulisan Skripsi dan Laporan Akhir.(2023). Universitas Tridianti
- Pertiwi, dkk. (2016). ‘*Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Baker’s King Donuts & Coffee di MX Mall Malang)*’, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 37 No.1, hlm. 179-186.
- Rahardjo, D. T., & Yulianto, A. E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Setan Di Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 10, 1–18.
- Saerjita. (2018). Pengaruh pelayanan, harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna go-jek di daerah istimewa yogyakarta. In *Pengaruh Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan*

Pada Pengguna Go-jek Didaerah Istimewa YToogyakarta: ISSN : 2252-5483, JBMA (Vol. 5).

Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* Volume 2, Nomor 1, April 2017, 2.

Sugiyono, (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono.(2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: ALFABETA)

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatig, dan R&D*, penerbit Alfabeta,Bandung.

Sunyoto, D. (2020). *Dasar- Dasar Manajemen Pemasaran (ketiga)*. CAPS (Center of Academic Publishing Service).

Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi 3*. Jakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Strategik. Edisi Kedua*. Yogyakarta: AND

Tjiptono. 2019. *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 1. Yogyakarta. Andy

Utami, B. (2017). *Pengaruh Nilai Belanja Hedonik Terhadap Impulse Buying Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Perantara* (Studi Kasus Pada Pelanggan Di Ambarukmo Plaza Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (Jmbi)*, 6(2).