

**ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN SWALAYAN PRASANTHI  
MELALUI PELAYANAN KONSUMEN, PERSEPSI HARGA, DAN  
LOKASI USAHA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Penulisan Skripsi Guna Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M) Pada Prodi Manajemen Fakultas  
Ekonomi  
dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri



**Oleh :**

**MARIO JONEA ADI SURYA**

**2112010006**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI  
2025**

Skripsi Oleh :

**Mario Jonea Adi Surya**  
NPM : 2012010006

Judul :  
**ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN SWALAYAN PRASANTHI  
MELALUI PELAYANAN KONSUMEN, PERSEPSI HARGA, DAN  
LOKASI USAHA**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada Panitia Ujian/Sidang Skripsi Prodi Manajemen  
FEB UN PGRI KEDIRI

Tanggal :

Pembimbing 1

  
Dr. Samar, M.M.  
NIDN. 0712026201

Pembimbing 2

  
Sigit Ratnanto, M.M.  
NIDN. 0706067004

Skripsi oleh:

**MARIO JONEA ADI SURYA**  
NPM: 2112010006

Judul:

**ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN SWALAYAN PRASANTHI  
MELALUI PELAYANAN KONSUMEN, PERSEPSI HARGA, DAN  
LOKASI USAHA**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri  
Pada tanggal: 08 Juli 2025

**Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan**

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr. Samari, M.M.
2. Penguji I : Dr. Ema Nurzainul H., S.E, M.M,
3. Penguji II : Sigit Ratnanto, S.T,M.M



## **MOTTO**

“Ingat Bukan Karna Keberuntungan Kamu Bisa Sejauh Ini, Tapi Karna  
Penyertaan Tuhan Yang Begitu Besar Atas Hidupmu”

(Mazmur 12 : 8)

“ Ora Et Labora”

Doakan Apa Yang Kamu Kerjakan,  
Kerjakan Apa Yang Kamu Doakan.

Tetaplah Berdoa

(1 Tesalonika 5 : 17)

*Kupersembahkan Skripsi ini untuk :*

*“Kedua orang tua tercinta, keluarga, sahabat, dan teman-teman yang selalu memberi  
support untuk menyelesaikan skripsi ini”*

### PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Mario Jonea Adi Surya

Jenis Kelamin : Laki - Laki

Tempat/tgl. Lahir : Kediri/ 3 Maret 2002

NPM : 2112010006

Fak/Jur./Prodi. : FEB/ S1 MANAJEMEN

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 08 Juli 2025  
Yang Menyatakan



**MARIO JONEA ADI SURYA**

NPM: 2112010006

## ABSTRAK

**Mario Jonea Adi Surya** Analisis Loyalitas Pelanggan Swalayan Prasanthi

Melalui Pelayanan Konsumen, Persepsi Harga, Dan Lokasi Usaha

**Kata kunci** : Loyalitas Pelanggan, Pelayanan Konsumen, Persepsi Harga, Lokasi Usaha, Swalayan

Perkembangan sektor ritel swalayan di Indonesia terus menunjukkan dinamika yang signifikan. Di tengah persaingan yang ketat, loyalitas pelanggan menjadi faktor krusial bagi keberlanjutan dan profitabilitas sebuah usaha swalayan. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat loyalitas pelanggan pada Swalayan Prasanthi, dengan fokus pada tiga variabel utama: pelayanan konsumen, persepsi harga, dan lokasi usaha. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif melalui survei, di mana data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada pelanggan Swalayan Prasanthi. Analisis data dilakukan dengan metode statistik deskriptif dan inferensial, termasuk regresi berganda, untuk menentukan pengaruh masing-masing variabel terhadap loyalitas pelanggan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel pelayanan konsumen, persepsi harga, dan lokasi usaha secara bersama-sama dan terpisah memiliki dampak signifikan terhadap loyalitas pelanggan Swalayan Prasanthi. Secara khusus, pelayanan konsumen yang ramah, cepat, dan responsif memberikan kontribusi terbesar terhadap loyalitas. Selain itu, persepsi harga yang kompetitif dan terjangkau, serta adanya promosi yang menarik, juga berperan penting dalam mendorong pelanggan untuk tetap setia. Lokasi usaha yang strategis dan mudah dijangkau, dengan ketersediaan area parkir yang memadai, turut memengaruhi keputusan pelanggan untuk berbelanja secara berulang. Implikasi dari hasil penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi manajemen Swalayan Prasanthi secara khusus, dan pengelola swalayan secara umum, untuk menekankan pentingnya kualitas pelayanan konsumen dan strategi penetapan harga yang tepat. Selain itu, optimalisasi lokasi usaha dan kemudahan aksesibilitas harus terus diperhatikan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Dengan langkah ini, tingkat loyalitas pelanggan dapat dijaga dan bahkan ditingkatkan, yang pada akhirnya akan mendukung keberhasilan bisnis swalayan di masa yang akan datang.

## **PRAKATA**

Puji syukur kami panjatkan ke Hadirat Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya tugas penyusunan proposal ini dapat di selesaikan.

Skripsi dengan judul “ANALISIS KEPUASAN PENGHUNI PERUMAHAN GRIYA JOMBANGAN MELALUI LOKASI, FASILITAS, DAN PROMOSI”. ini ditulis guna memenuhi Sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen, pada jurusan MANAJEMEN FEB UN PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada :

1. Allah SWT atas rahmat, karunia serta hidayah-Nya, sehingga penulis diberikan kesehatan dan dapat menyelesaikan laporan ini.
2. Bapak Dr. Zainal Afandi, M.Pd. selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Bapak Dr. Amin Tohari, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Ibu Restin Meilina, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri.
5. Bapak Dr. Samari, M.M. selaku Dosen Pembimbing I.
6. Bapak Sigit Ratnanto, M.M. selaku Dosen Pembimbing II.
7. Bapak dan Ibu selaku pemilik Swalayan Prasanthi yang telah memberikan izin untuk melaksanakan penelitian di Swalayan Prasanthi Nusantara Kabupaten Kediri.
8. Kepada kedua orang tuaku tersayang, yang dengan tulus menyayangi, dengan penuh kasih sayang, yang merawat, mendidik dan memberi semangat dengan cinta yang tulus serta tak kenal lelah mendoakan penulis agar lancar dalam menjalani penyusunan skripsi ini.
9. Trimakasih juga kepada Destin Fitria yang mendukung, mendokan, dan menghibur sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu menyelesaikan skripsi ini.

11. Kepada Arsenal selaku klub sepak bola favorit penulis. Bahwa tak semua perjalanan akan mulus, tak semua musim akan gemilang. Tapi selama masih ada semangat dan kerja keras, perjuangan ini layak diteruskan sampai peluit akhir dibunyikan.
12. Sebagai putra daerah yang menjunjung tinggi semangat juang Persik Kediri, skripsi ini saya selesaikan dengan semangat pantang menyerah, layaknya Macan Putih yang terus berlari dan bertarung demi lambang di dada, bukan nama di punggung.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan bagi penelitian selanjutnya.

Kediri, 08 Juli 2025

**Mario Jonea Adi Surya**

NPM : 2112010006

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>I</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
<b>LEMBAR MOTTO .....</b>	<b>IV</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....</b>	<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>V</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>VII</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>IX</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>XII</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>XIII</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	4
C. Pembatasan Masalah .....	5
D. Rumusan Masalah .....	6
E. Tujuan Penelitian .....	6
F. Kegunaan Penelitian .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>8</b>
A. Kajian Teori .....	8
B. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu .....	23
C. Kerangka Berpikir .....	25
D. Kerangka Konseptual .....	29
E. Hipotesis .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
A. Desain Penelitian .....	31
1. Variabel Penelitian .....	31
2. Pendekatan Penelitian .....	32
3. Teknik Penelitian .....	32

B.	Definisi Operasional Variabel.....	32
C.	Alat, Bahan, dan Instrumen Penelitian.....	34
1.	Alat Penelitian.....	34
2.	Bahan Penelitian.....	34
3.	Instrumen Penelitian.....	40
D.	Populasi dan Sampel .....	40
1.	Populasi.....	40
2.	Sampel.....	41
E.	Prosedur Penelitian.....	42
F.	Tempat Dan Waktu Penelitian .....	45
1.	Tempat penelitian.....	45
2.	Waktu penelitian .....	45
G.	Teknik Analisis Data.....	46
1.	Teknik Analisis Deskriptif .....	46
2.	Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen .....	46
3.	Teknik Analisis Regresi Linier Berganda .....	51
4.	Uji Asumsi Klasik.....	52
5.	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	54
6.	Uji Hipotesis.....	54
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>56</b>
A.	<b>HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>56</b>
1.	Deskripsi Responden.....	56
2.	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	59
3.	Hasil Uji Validitas.....	63
4.	Hasil Uji Reliabilitas .....	65
5.	Analisis Regresi Linier Berganda .....	67
6.	Uji Asumsi Klasik .....	69
7.	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	74
8.	Uji Hipotesis.....	75
B.	<b>PEMBAHASAN .....</b>	<b>76</b>
1.	Pengaruh Pelayanan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	76

2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	77
3. Pengaruh <i>Lokasi Usaha</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	77
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>79</b>
A. Kesimpulan .....	79
B. Saran.....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>84</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	30
Tabel 3.1 Skala Likert .....	41
Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	41
Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel Pelayanan Konsumen (X1).....	47
Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Persepsi Harga (X2) .....	47
Tabel 3.5 Uji Validitas Variabel Lokasi Usaha (X3) .....	48
Tabel 3.6 Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	48
Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Variabel Independen (X) .....	49
Tabel 3.8 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Variabel Dependen (Y).....	50
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	56
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	58
Tabel 4.4 Nilai Rata – Rata Jawaban Responden Terhadap Variabel Y.....	59
Tabel 4.5 Distribusi Skor Variabel Y .....	60
Tabel 4.6 Nilai Rata – Rata Jawaban Responden Terhadap Variabel X.....	61
Tabel 4.7 Distribusi Skor Variabel X .....	62
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas .....	63
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X .....	65
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y .....	66
Tabel 4.11 Analisis Regresi Linier Berganda.....	67
Tabel 4.12 Uji Normalitas .....	69
Tabel 4.13 Hasil Analisis Residual .....	70
Tabel 4.14 Uji Multikolinearitas .....	71
Tabel 4.15 Tolerance dan Variance Inflation Factor .....	72
Tabel 4.16 Uji Auto Korelasi .....	73
Tabel 4.17 Koefisien Determinasi.....	74
Tabel 4.18 Uji Parsial .....	75
Tabel 4.19 Nilai Signifikansi Parsial.....	75
Tabel 4.20 Uji Simultan.....	76

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian .....	29
Gambar 3.1 Lokasi Swalayan Prasanthi.....	45
Gambar 4.1 Histogram Residual .....	70
Gambar 4.2 Normal Probability Plot .....	70
Gambar 4.3 Grafik Scatterplot .....	73

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Di zaman yg terbaru mirip kini perekonomian di Indonesia terus berkembang, terutama pada bidang usaha. menggunakan faktor tersebut, gaya hidup masyarakat turut terpengaruh sang perubahan ekonomi, sosial, serta budaya yang berlangsung menggunakan begitu pesat. tetapi, asal segi itu pula, terdapat laba yang akan didapat. dalam konteks yang paling memberikan manfaat pada Indonesia ketika ini, ialah munculnya berbagai contoh usaha baru yg bisa dijalankan sang beberapa perusahaan. Hal ini memperluas peluang bagi perusahaan di tengah masa pertumbuhan ekonomi waktu ini. Selain itu perusahaan juga bisa menyesuaikan diri menggunakan perkembangan ekonomi tadi. Meskipun demikian, melalui keluarnya berbagai contoh bisnis baru mirip sekarang, bisa menimbulkan persaingan yang sengit antara perusahaan-perusahaan lain. Maka, sebuah perusahaan hendaknya mengutamakan perilaku konsumennya. Pada tahu kebutuhan dan harapan konsumen kini juga pada waktu mendatang, seseorang pelaku pemasaran dituntut untuk bersikap lebih waskita, lebih cermat, dan lebih sigap dalam merespons dinamika pasar serta tanggap serta bergerak maju, karena perilaku konsumen yang terus berubah.

Bisnis ritel menjalankan operasi menggunakan menjual berbagai jenis barang untuk konsumen buat memenuhi kebutuhan pokok dan lainnya. supaya industri ritel mampu bersaing menggunakan efisien dan memenuhi permintaan konsumen, diharapkan strategi pemasaran yang sempurna. sebagai akibatnya mampu memikat pembeli untuk membeli barang yang dijual. dengan adanya industri ritel yg semakin berkembang pada Indonesia, ini membangun situasi kompetisi yang sengit di pasar. Perkembangan industri ritel di Indonesia semakin maju, mirip toko, swalayan, serta supermarket. dalam global bisnis ritel yang terkini saat ini, pelaku usaha ritel perlu membangun sesuatu yg baru buat bisnisnya serta menonjolkan keunikan serta penemuan pada perusahaan. Ini diperlukan supaya mampu menarik konsumen buat membeli produk ritel yg

ditawarkan. Hal ini ditimbulkan oleh persaingan bisnis yg semakin cepat. menggunakan melakukan hal ini, perusahaan dapat mencapai keunggulan kompetitif pada mata konsumen yang pada incar. serta perusahaan diharapkan dapat bisa berkompetisi guna merebut atensi serta menggugah determinasi konsumen dalam mengambil keputusan berbelanja.(Gosaroh, R, and D 2023)

Selain dari harga, bentuk, dan kualitas produknya, apabila konsumen mengalami kepuasan atas mutu layanan yang disuguhkan oleh entitas usaha, maka mereka cenderung akan menjadi loyal terhadap perusahaan tersebut dan akan melakukan pembelian produknya secara berulang-ulang. Produk dianggap berkualitas jika dapat memenuhi harapan para konsumen. Berbagai langkah diambil oleh pedagang untuk meningkatkan kualitas produk, seperti memantau barang yang mulai membusuk dan menyimpannya di area bersuhu rendah dan tidak tersentuh oleh pancaran sinar matahari. Konsumen terus menginginkan hasil barang yang seimbang dengan besaran biaya yang dikeluarkan. Meskipun ada pandangan bahwa produk yang mahal menandakan kualitas yang baik, pandangan ini tidak selalu benar. Taraf kualitas produk yang mumpuni disertai nilai jual yang rasional adalah faktor-faktor yang dipertimbangkan secara khusus. Pelanggan yang berencana untuk membeli produk spesifik. Kualitas produk dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti ciri-ciri produk dan ketahanan pembungkusan. Kepentingan memperoleh tahap di mana pelanggan menilai maklumat yang diterima. Keinginan pembeli yang tinggi akan memberikan manfaat positif bagi perniagaan dalam mencapai kesuksesan. Perusahaan mendapatkan banyak keuntungan saat minat beli konsumennya tinggi. Selain meningkatkan loyalitas konsumen, hal ini juga membantu mencegah pergantian konsumen yang sensitif terhadap kualitas produk serta meningkatkan efisiensi modal. Ada banyak faktor yang bisa menarik minat pembeli terhadap produk tersebut, seperti pelayanan yang baik dari karyawan, pengurangan waktu tunggu, harga yang ramah di kantong, dan kualitas produk yang baik. Tetapi, industri swalayan sedang menghadapi dinamika yang kompleks.(Adolph 2016)

Dalam persaingan bisnis yang ketat pencapaian optimal dalam kegiatan usaha yang menonjol. Ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan kesempatan yang tersedia. Banyak pemilik usaha berupaya untuk bersaing dengan bijak dan sukses dengan menggunakan peluang usaha yang ada, khususnya melalui penerapan strategi pemasaran yang efektif, terutama dalam memilih lokasi yang tepat. Lokasi yang ideal juga menjadi kunci keberhasilan dalam mencapai tujuan bisnis. Menetapkan titik operasional yang berdekatan dengan segmen konsumen sasaran punya manfaat tersendiri, yakni membantu pelanggan mencapai tempat usaha dengan lebih mudah. Minat untuk membeli adalah hasil dari menerima rangsangan. Saat melihat produk, kemudian timbul keinginan untuk membeli dan memiliki. Minat untuk membeli terjadi saat konsumen merasa tertarik untuk membeli produk yang mereka butuhkan. Untuk menarik minat pembeli, penting untuk menyediakan lokasi yang mudah dijangkau dan harga yang terjangkau bagi semua orang.

Lokasi usaha yang berada di titik strategis serta mudah dijangkau konsumen berpotensi menjadi faktor pemicu tumbuhnya ketertarikan konsumen terhadap aktivitas pembelian. Argumentasi ini memperoleh sokongan evidensial dari studi-studi lampau yang telah dilakukan oleh Hardiansyah (2019) dan Ekawanti (2019) dapat disimpulkan bahwa letak geografis usaha memberikan pengaruh yang nyata terhadap kecenderungan konsumen dalam melakukan pembelian. Selain itu, kajian empiris yang pernah dihimpun oleh Latief (2018) dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi tidak memberikan dampak yang berarti terhadap intensi pembelian konsumen

Swalayan Prasanthi Mendirikan usaha di kawasan yang secara spasial memberikan keuntungan kompetitif karena berada dekat dengan sekolah SD yang ada di wilayah tersebut. Berkat pemilihan lokasi yang strategis, Swalayan Prasanthi mampu mempertahankan eksistensi dan bersaing secara efektif dengan perusahaan sejenis. Meski memiliki sejumlah kelebihan, Swalayan Prasanthi juga mengalami kendala tertentu yang berdampak pada keputusan

pembelian pelanggan yaitu pelayanan konsumen, persepsi harga, dan lokasi usaha. Suasana di dalam Swalayan tersebut beserta tata letak produk masih belum tertata secara optimal dan estetis. Dimensi ruang yang tersedia pun tergolong sempit. Melalui pengelolaan yang lebih terarah melalui pelayanan konsumen, persepsi harga, dan lokasi usaha yang baik maka akan menimbulkan persepsi konsumen yang baik mengenai Pelayanan konsumen, Persepsi harga, dan lokasi usaha tersebut. (Tania, Hermawan, and Izzuddin 2022)

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dirumuskan inferensi bahwa tercapainya loyalitas Konsumen berpotensi menyumbangkan beragam nilai guna, di antaranya adalah hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis. Berawal dari masalah ini maka peneliti berkeinginan untuk mengadakan penelitian yang berjudul: Analisis Pelayanan Konsumen, Persepsi Harga, Dan Lokasi Usaha Terhadap Loyalitas Pelanggan Swalayan Prasanthi.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berkaitan dengan pemaparan latar belakang di atas yang dipaparkan peneliti, Pada Prasanthi Mart ada permasalahan yang harus dijadikan tolak ukur peneliti, yaitu:

### **1. Tingginya Persaingan Bisnis**

Dengan munculnya berbagai model bisnis baru di Indonesia, persaingan di sektor ritel menjadi semakin ketat. Perusahaan-perusahaan ritel harus mampu berinovasi dan menonjolkan keunikan produk atau layanan mereka untuk menarik konsumen dan bertahan di tengah persaingan pasar yang intensif. Hal ini menimbulkan tantangan bagi bisnis untuk mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Kurangnya pemahaman terhadap tren konsumen dapat menyebabkan perusahaan gagal memenuhi harapan pasar.

### **2. Persaingan Yang Semakin Ketat**

Dengan munculnya berbagai model bisnis baru, persaingan di pasar ritel menjadi semakin ketat. Perusahaan perlu menciptakan inovasi dan keunikan untuk menarik minat konsumen, tetapi tidak semua perusahaan

memiliki kemampuan atau sumber daya untuk bersaing dalam lingkungan yang kompetitif ini.

### 3. Kesulitan dalam Menentukan Strategi Harga yang Efektif

Harga memainkan peran penting dalam memengaruhi keputusan pembelian dan loyalitas konsumen. Menentukan harga yang sesuai untuk menarik konsumen sambil tetap menjaga keuntungan dapat menjadi tantangan, terutama karena persepsi konsumen terhadap harga sering kali berpengaruh pada anggapan kualitas produk.

### 4. Tantangan dalam Menjaga Loyalitas Pelanggan

Dengan banyaknya pilihan produk dan layanan di pasar, mempertahankan loyalitas pelanggan menjadi tantangan tersendiri. Perusahaan harus terus meningkatkan kualitas layanan dan memberikan pengalaman yang baik agar pelanggan tidak beralih ke kompetitor.

### 5. Pemilihan Lokasi Usaha yang Tepat

Pemilihan lokasi strategis menjadi faktor penting dalam bisnis, terutama dalam sektor ritel dan restoran. Lokasi yang kurang strategis dapat menghambat perkembangan usaha, sementara pemilihan lokasi yang tepat dapat membantu meningkatkan visibilitas dan keuntungan.

## C. Pembatasan Masalah

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat loyalitas pelanggan Prasanthi terhadap Pelayanan konsumen, Persepsi harga, dan Lokasi usaha. Keterbatasan dalam hal ragam produk menjadi salah satu kekurangan yang di hadapi oleh Swalayan Prasanthi. Di Swalayan Prasanthi masih terdapat sejumlah merek atau produk yang belum tersedia untuk dijual. Bagi pelaku usaha ritel, variasi produk yang lengkap merupakan faktor penting yang mampu menarik perhatian konsumen dalam proses pengambilan Keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh kelengkapan ragam produk yang ditawarkan. Sebab, semakin beragam merek yang dipasarkan oleh suatu swalayan, maka semakin besar pula daya tarik swalayan tersebut dalam menjangkau preferensi konsumen. Dan konsumen lebih suka bahkan sering untuk melakukan pembelian ulang pada swalayan tersebut.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka masalah yang ingin dijawab dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh layanan terhadap loyalitas pelanggan Swalayan Prasanthi?
2. Adakah pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan Swalayan Prasanthi?
3. Adakah pengaruh Lokasi usaha terhadap loyalitas pelanggan Swalayan Prasanthi?
4. Adakah pengaruh Lokasi usaha terhadap loyalitas pelanggan Swalayan Prasanthi?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

- a) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Swalayan Prasanthi
- b) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan Swalayan prasanthi
- c) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan Swalayan Prasanthi
- d) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap loyalitas Pelanggan Swalyan Prasanthi

#### **F. Kegunaan Penelitian**

Hasil dari studi ini dirancang agar dapat menghadirkan nilai tambah untuk beberapa pihak, di antaranya sebagai berikut :

1. Secara Teoritis :
  - a. Pengembangan Teori loyalitas pelanggan : Penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori mengenai loyalitas dengan menghadirkan variabel-variabel seperti Pelayanan, Harga, dan Lokasi sebagai faktor yang berpengaruh. Hal ini dapat menambah literatur yang ada serta memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang interaksi antar faktor tersebut.

- b. **Pemahaman Terhadap Faktor-Faktor Lingkungan** : Penelitian ini juga dapat meningkatkan pemahaman mengenai bagaimana faktor-faktor loyalitas pelanggan. Ini dapat menjadi dasar untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan lingkungan usaha Prasanthi Mart.
  - c. **Model Analisis yang Komprehensif** : Dengan melakukan analisis mendalam, penelitian ini dapat mengembangkan model analisis yang komprehensif dan relevan untuk mengevaluasi loyalitas pelanggan pada sektor toko atau pun swalayan, yang dapat digunakan oleh peneliti lain untuk studi yang serupa.
2. Secara Praktis:
- a. **Rekomendasi untuk Pengembangan Prasanthi Mart** : Hasil kajian ini dapat menyumbangkan pandangan konstruktif untuk pengembang Prasanthi Mart untuk memahami faktor-faktor yang berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan Prasanthi Mart.
  - b. **Meningkatkan Strategi Pemasaran** : Temuan dari penelitian ini dapat digunakan untuk merumuskan strategi promosi yang lebih efektif. Dengan mengidentifikasi elemen-elemen yang berperan dalam membentuk kesetiaan pelanggan.
  - c. **Perbaikan Fasilitas dan Layanan** : Penelitian ini dapat mengidentifikasi kelemahan dalam fasilitas yang ada dan membantu pengelola swalayan dalam memperbaiki atau mengoptimalkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan. Upaya ini akan berkontribusi pada peningkatan loyalitas pelanggan
  - d. **Pengambil Kebijakan** : Hasil penelitian ini juga bermanfaat bagi pengambil kebijakan yang berhubungan dengan pelanggan Prasanthi Mart. Dengan informasi dan analisis yang mendalam, mereka dapat merumuskan kebijakan yang mendukung pengembangan Prasanthi Mart yang lebih baik dan memenuhi kebutuhan pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adolph, Ralph. 2016. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Restoran Sederhana (Studi Kasus Restoran Sederhana Demang Palembang) *Jurnal ilmiah Management Skripsi.*" 1–23.
- Damar Samintullah. 2022. "Pengaruh Gaya Hidup, Lingkungan Fisik, Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Lottemart." *Tabisyir: Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora* 3(4):89–103. doi: 10.59059/tabsyir.v3i4.16.
- F.X. Sulistiyanto W.S, and Euis Soliha. 2015. "Pengaruh Persepsi Harga, Citra Perusahaan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Apotek 'DELA' Di Semarang." *Seminar Nasional Dan Call For Papers* (1):1–16.
- Fitriyani, Sandra, Trisna Murni, and Sri Warsono. 2019. "Pemilihan Lokasi Usaha Dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro Dan Kecil." *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen* 13(1):47–58. doi: 10.33369/insight.13.1.47-58.
- Gosaroh, Ristin, Deby Santyo R, and Anita Sumelvia D. 2023. "Pengaruh Store Atmosphere, Kelengkapan Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Swalayan Prasanthi Sumberkepuh Nganjuk." *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial* 1(5):120–30.
- Harga, Pengaruh Persepsi, Atmosfer Tempat, D. A. N. Variasi, Kevin Cristoval, Clarence Romauli, and M. Si. n.d. "SURABAYA." 112–26.
- Kharisma, Dian, Sahat Simatupang, and Heriyawan Hutagalung. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD. Restu Mulia Pandan." *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Medan* 5(1):32–42. doi: 10.47709/jumansi.v5i1.2210.
- Komunitas, Efek, D. a N. Persepsi, Terhadap Sikap, Menonton Dan, and Terhadap Minat Menonton. 2012. "Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang 2012." *Semarang , Universitas Diponogoro* 2015.
- Pertiwi, Ayu Bunga, Hapzi Ali, and Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo. 2022.

- “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan; Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran).” *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 3(6):582–91.
- Sambodo Rio Sasongko. 2021. “Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran).” *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 3(1):104–14. doi: 10.31933/jimt.v3i1.707.
- Sinta, N. Nur. 2021. “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Ella Skincare Cabang Gentan.” *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*.
- Sukmanawati, Sukmanawati, and Sri Purwati. 2022. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab.” *Jurnal Manajemen Almatama* 1(1):61–84. doi: 10.58413/jma.v1i1.220.
- Syahputri, Addini Zahra, Fay Della Fallenia, and Ramadani Syafitri. 2023. “Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif.” *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran* 2(1):160–66.
- Tania, Arrahma Elian, Haris Hermawan, and Ahmad Izzuddin. 2022. “Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen.” *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik* 9(1):75–84. doi: 10.37606/publik.v9i1.258.