

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Toko Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Toko Bona Petshop

Novi Indah Amelia

Universitas Islam Kadiri

Email: noviindahamelia@gmail.com

Abstract This research aims to obtain empirical evidence regarding the influence of service quality and store image on customer loyalty at Bona Petshop. It is hoped that this research can contribute to the development of management science, especially marketing management which includes service quality, store image and customer loyalty. The data collection used was the Accidental Sampling technique, namely a random or sudden sampling technique by distributing questionnaires to 66 people who were used as research samples conducted in 2022. Data analysis used multiple linear regression and obtained the equation value $Y = 1.488 + 0.434 (X1) + 0.391 (X2)$ and the coefficient of determination of service quality and store image on customer loyalty is 36.6%.

Keywords: Service Quality, Store Image, Customer Loyalty, Bona Petshop

Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan citra toko terhadap loyalitas pelanggan di Toko Bona petshop. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen, terutama manajemen pemasaran yang mencakup kualitas pelayanan, citra toko, dan loyalitas pelanggan. Pengumpulan data yang digunakan adalah teknik *accidental sampling* yaitu teknik pengambilan sampel secara kebetulan atau tiba-tiba dengan menyebarkan angket kuesioner kepada 66 orang yang dijadikan sampel penelitian yang dilakukan pada tahun 2022. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dan diperoleh nilai persamaannya $Y = 1,488 + 0,434 (X1) + 0,391 (X2)$ dan nilai koefisien determinasi kualitas pelayanan dan citra toko terhadap loyalitas pelanggan sebanyak 36,6%.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Citra Toko, Loyalitas Pelanggan, Toko Bona Petshop

LATAR BELAKANG

Untuk merawat dan memelihara kucing atau pun anjing secara rutin dibutuhkan suatu tempat yang menyediakan kebutuhannya meliputi pakan, kandang, tempat untuk vaksin, grooming, dan juga perlengkapan lainnya. Tempat khusus yang menjual perlengkapan hewan peliharaan tersebut biasanya disebut *Petshop*. *Petshop* merupakan toko yang menyediakannya barang guna memenuhi kebutuhannya hewan yang disayangi, serta ada yang lain yakni pet hotel yakni tempat untuk menitipkannya hewan, pet klinik guna memeriksa kesehatannya hewan serta *pet grooming* ataupun pet salon guna merawat hewan peliharaan (Wijayanti, 2015).

Menurut Robbins dan Judge menyatakan kepercayaan merupakan suatu pengharapan yang positif bahwa tidak ada pihak lain yang mengambil kesempatan untuk melukai pihak lain. Sedangkan Kotler dan Keller menerangkan yakni kepercayaan ialah komponen kognitif dari faktor psikologis (Umar, 2014). Kepercayaan pelanggan sangat penting bagi pelaku usaha, artinya setiap pelaku usaha harus memberikan kepuasan terhadap pelanggan dengan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik. Pelanggan yang puas terhadap pelayanan cenderung untuk datang dan membeli produk atau menggunakan jasa.

Semakin banyak nya usaha *Petshop* yang bermunculan, maka semakin meningkat persaingan usaha yang sama, hal ini menyebabkan suatu usaha di tuntut untuk memanfaatkan

peluang yang ada, dan mengembangkan strategi pemasaran yang sudah ada untuk memberikan kepuasan kepada konsumen secara maksimal. Jika sebuah toko dapat memberikan kualitas pelayanan yang terbaik bagi konsumen, maka konsumen akan tertarik dan akan terus melakukan pembelian pada toko, sehingga akan tercipta loyalitas pelanggan. Pelayanan baik yang dapat diberikan oleh toko yaitu berupa sopan santun, senyum ramah kepada pelanggan, serta kenyamanan berbicara yang dilakukan karyawan terhadap pelanggan, untuk memikat banyak pelanggan agar tetap loyal.

KAJIAN TEORITIS

Manajemen

Manajemen ialah suatu proses yang melibatkannya bimbingan ataupun arahan organisasi yang mengarah pada tujuan kelompok ataupun dengan maksud yang nyata. Manajemen menurut Terry dan Rue (2005) adalah suatu kegiatan, pelaksanaannya adalah “managing” sedang pelaksanaannya di sebut manager atau pengelola. Sedangkan manajemen secara pengertian, sebagaimana dikemukakan oleh Marry Parker Follet (1997) ialah seni didalam penyelesaian sesuatu lewat orang lain(Sule & Saefullah, 2005).

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran ialah proses menetapkan tujuan oleh suatu perusahaan untuk memasarkan atau mempromosikan suatu produk untuk memenuhi tujuan organisasi, dan mengukur kemajuan ke arah pencapaian suatu perusahaan. Manajemen pemasaran merupakan kegiatan menganalisis, perencanaan, pelaksanaan, dan penegndalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun, dan memelihara, keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar untuk mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang Assauri (2011).

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan ialah suatu hal yang bisa di artikan yakni tingkat kepuasannya pelanggan, yang berarti tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan. Pada umumnya pelayanan yang baik dan berkualitas akan memberikan kepuasan kepada pembeli yang akan melakukan pembelian secara berulang dan terus menerus.

Citra Toko

Citra toko (*store image*) merupakan gambaran keseluruhan yang lebih dari sekedar penjumlahan per bagian, dimana masing-masing bagian berinteraksi satu sama lain dalam pemikiran konsumen. Citra toko berkaitan dengan manajemen ritel atau perdagangan eceran yang sehari-hari terlihat disekitar kita, dalam hal ini citra toko memiliki pandangan atau

persepsi masyarakat terhadap suatu pelayanan jasa maupun produk. Dari segi penilaian citra toko bisa dirasakan dari hasilnya yang baik maupun buruk, seperti penerimaan dalam masyarakat citra toko bisa berupa tanggapan positif maupun negatif yang khususnya datang dari publik dan masyarakat luas pada umumnya.

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan bentuk kesetiaan konsumen terhadap suatu produk atau jasa, loyalitas erat sekali kaitannya dengan kepercayaan. Pada saat konsumen sudah percaya pada produk atau jasa, konsumen mungkin tidak akan tertarik pada produk ataupun jasa yang lain, karena dibenak konsumen sudah tertanam produk dan jasa yang sudah dipercayainya. Loyalitas pelanggan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan, ketika konsumen merasa puas dengan apa yang dilakukan perusahaan dan sesuai dengan harapan maka terjadilah loyalitas pelanggan.

METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini digunakan untuk membatasi pokok permasalahan dalam penelitian ini, maka penelitian ini hanya akan membahas tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Toko terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Bona *Petshop* Kediri.

Jenis Penelitian

Sesuai dengan judul dalam penelitian ini, maka penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang bertujuan mengembangkan teori dengan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam. Menurut Arikunto kuantitatif adalah penelitian yang datanya dinyatakan dalam bentuk jumlah atau angka yang dapat dihitung secara sistematis dan di dalam penelitian dilakukan menggunakan rumus statistik (Damuri et al., 2017).

Menurut Sugiyono penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, sebagai metode ilmiah atau *scientific* karena telah memenuhi kaidah ilmiah secara konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode kuantitatif bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ada dan sudah ditetapkan yang digunakan untuk meneliti pada populasi maupun sampel tertentu, pengumpulan data dengan menggunakan instrument penelitian, serta analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik (Aulia & Yulianti, 2019).

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Toko Bona *Petshop* Kediri yang berlokasi di Jalan Joyoboyo No. 146 Babadan, Kecamatan Gurah, Kabupaten Kediri. Adapun alasan memilih Toko Bona *Petshop* sebagai objek penelitian karena lokasi tersebut memiliki perkembangan pesat pada penjualannya dalam menghadapi persaingan bisnis yang cukup banyak. Dengan melihat dan mempelajari persaingan pasar yang dilakukan maka dapat diketahui kekurangan dan kelemahan pada Toko Bona *Petshop* dari yang belum optimal menjadi lebih optimal dengan dilakukannya penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Objek Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan dari Toko Bona *Petshop* yang loyal sebanyak 80 pelanggan, sementara sampel yang diambil sebanyak 66 pelanggan yang loyal.

Karakteristik Responden

Gambaran umum responden dalam penelitian ini yaitu jumlah pelanggan yang loyal dalam membeli atau menggunakan jasa pada toko Bona *Petshop* yang berjumlah 66 orang. Berdasarkan penyebaran kuesioner kepada 66 responden diperoleh gambaran karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Adapun gambaran umum responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1

Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	29	44%
2	Perempuan	37	56%
Total		66	100%

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan pada tabel 1 jumlah responden di Toko Bona *Petshop* dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 29 dengan persentase 44% dan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 37 dengan persentase 56%. Maka dari itu jumlah responden perempuan lebih banyak dibandingkan responden laki-laki.

Tabel 2

Jumlah Responden Berdasarkan Usia

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	15-20 Tahun	1	2%

2	21-25 Tahun	24	37%
3	26-30 Tahun	14	21%
4	31-35 Tahun	14	21%
5	36-40 Tahun	7	10%
6	>41 Tahun	6	9%
Total		66	100%

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan pada tabel 2 jumlah responden di Toko Bona *Petshop* berdasarkan usia 15-20 tahun sebanyak 1 dengan persentase 2%, usia 21-25 tahun sebanyak 24 dengan persentase 37%, usia 26-30 tahun sebanyak 14 dengan persentase 21%, usia 31-35 tahun 14 dengan persentase 21%, usia 36-40 tahun sebanyak 7 dengan persentase 10%, dan usia >41 tahun sebanyak 6 dengan persentase 9%. Maka dari itu jumlah responden dengan usia 21-25 tahun lebih banyak dibandingkan yang lain.

Tabel 3

Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	21	32%
2	Wiraswasta	26	39%
3	PNS/Polri/TNI	16	24%
4	Tidak Bekerja	3	5%
Total		66	100%

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan pada tabel 3 jumlah responden di Toko Bona *Petshop* berdasarkan pekerjaan pelajar/mahasiswa sebanyak 21 dengan persentase 32%, wiraswasta sebanyak 26 dengan persentase 39%. PNS/Polri/TNI sebanyak 16 dengan persentase 24%, dan tidak bekerja sebanyak 3 dengan persentase 5%. Maka dari itu jumlah responden dengan pekerjaan wiraswasta lebih banyak dibandingkan yang lain.

Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan

Deskripsi variabel kualitas pelayanan diukur dengan 10 pernyataan yang diberikan kepada 66 responden toko Bona *Petshop*. Berdasarkan kuesioner yang peneliti sebar di Toko Bona *Petshop* jawaban responden dapat dilihat ditabel 4

Tabel 4
Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan

Item X1	SS		S		CS		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	22	33%	43	65%	1	2%	0	0%	0	0%
2	13	20%	50	75%	3	5%	0	0%	0	0%
3	3	5%	60	90%	3	5%	0	0%	0	0%
4	3	5%	56	85%	7	10%	0	0%	0	0%
5	4	6%	46	70%	16	24%	0	0%	0	0%
6	10	15%	54	82%	2	3%	0	0%	0	0%
7	1	2%	56	84%	9	14%	0	0%	0	0%
8	1	2%	47	71%	18	27%	0	0%	0	0%
9	1	2%	64	96%	1	2%	0	0%	0	0%
10	4	6%	46	70%	16	24%	0	0%	0	0%

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

1. Pada item pertama menyatakan “Karyawan Toko Bona *Petshop* peduli dan ramah terhadap konsumen”, dengan tanggapan responden berjumlah 22 atau 33% konsumen menjawab sangat setuju, 43 atau 65% konsumen menjawab setuju, dan 1 atau 2% konsumen menjawab cukup setuju. Dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki persepsi setuju pada pernyataan pertama.
2. Pada item kedua menyatakan “Pelayanan di Toko Bona *Petshop* sesuai dengan yang diharapkan”, dengan tanggapan responden berjumlah 13 atau 20% konsumen menjawab sangat setuju, 50 atau 75% konsumen menjawab setuju, dan 3 atau 5% konsumen menjawab cukup setuju. Dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki persepsi setuju pada pernyataan kedua.
3. Pada item ketiga menyatakan “Memberikan respon secara tepat dan tanggap terhadap kebutuhan pengunjung”, dengan tanggapan responden berjumlah 3 atau 5% konsumen menjawab sangat setuju, 60 atau 90% konsumen menjawab setuju, dan 3 atau 5% konsumen menjawab cukup setuju. Dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki persepsi setuju pada pernyataan ketiga.
4. Pada item keempat menyatakan “Karyawan Toko Bona *Petshop* menyampaikan informasi secara tepat”, dengan tanggapan responden berjumlah 3 atau 5% konsumen menjawab sangat setuju, 56 atau 85% konsumen menjawab setuju dan 7 atau 10% konsumen

menjawab cukup setuju. Dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki persepsi setuju pada pernyataan keempat.

5. Pada item kelima menyatakan “Memberikan perhatian terhadap pengguna jasa”, dengan tanggapan responden berjumlah 4 atau 6% konsumen menjawab sangat setuju, 46 atau 70% konsumen menjawab setuju, dan 16 atau 24% konsumen menjawab cukup setuju. Dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki persepsi setuju pada pernyataan kelima.
6. Pada item keenam menyatakan “Mengutamakan pelayanan kepada konsumen”, dengan tanggapan responden berjumlah 10 atau 15% konsumen menjawab sangat setuju, 54 atau 82% konsumen menjawab setuju, dan 2 atau 3% konsumen menjawab ragu-ragu. Dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki persepsi setuju pada pernyataan keenam.
7. Pada item ketujuh menyatakan “Merespon positif terhadap keluhan konsumen”, dengan tanggapan responden berjumlah 1 atau 2% konsumen menjawab sangat setuju, 56 atau 84% konsumen menjawab setuju, dan 9 atau 14% konsumen menjawab cukup setuju. Dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki persepsi setuju pada pernyataan ketujuh.
8. Pada item kedelapan menyatakan “Pelayanan jasa dan produk di Toko Bona *Petshop* sudah terjamin”, dengan tanggapan responden berjumlah 1 atau 2% konsumen menjawab sangat setuju, 47 atau 71% konsumen menjawab setuju, dan 18 atau 27% konsumen menjawab cukup setuju. Dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki persepsi setuju pada pernyataan kedelapan.
9. Pada item kesembilan menyatakan “Respon karyawan cepat dan bersedia membantu keperluan konsumen”, dengan tanggapan responden berjumlah 1 atau 2% konsumen menjawab sangat setuju, 64 atau 96% konsumen menjawab setuju, dan 1 atau 2% konsumen menjawab cukup setuju. Dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki persepsi setuju pada pernyataan kesembilan.
10. Pada item kesepuluh menyatakan “Respon yang dilakukan baik ketika ada complain dari konsumen”, dengan tanggapan responden berjumlah 4 atau 6% konsumen menjawab sangat setuju, 46 atau 70% konsumen menjawab setuju, dan 16 atau 24% konsumen menjawab cukup setuju. Dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki persepsi setuju pada pernyataan kesepuluh.

Deskripsi Variabel Citra Toko

Deskripsi variabel citra toko diukur dengan 10 pernyataan yang diberikan kepada 66 responden toko Bona *Petshop*. Berdasarkan kuesioner yang peneliti sebar di Toko Bona *Petshop* jawaban responden dapat dilihat ditabel 5

Tabel 5
Deskripsi Variabel Citra Toko

Item X1	SS		S		CS		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	19	29%	47	71%	0	0%	0	0%	0	0%
2	31	47%	35	53%	0	0%	0	0%	0	0%
3	8	12%	53	80%	5	8%	0	0%	0	0%
4	1	2%	63	95%	2	3%	0	0%	0	0%
5	2	3%	56	85%	8	12%	0	0%	0	0%
6	2	3%	49	74%	14	21%	1	2%	0	0%
7	0	0%	48	73%	15	22%	3	5%	0	0%
8	0	0%	38	57%	27	41%	1	2%	0	0%
9	9	10%	57	90%	0	0%	0	0%	0	0%
10	9	13%	57	87%	0	0%	0	0%	0	0%

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

1. Pada item pertama menyatakan “Toko Bona *Petshop* bersih dan nyaman”, dengan tanggapan responden berjumlah 19 atau 29% konsumen menjawab sangat setuju, dan 47 atau 71% konsumen menjawab setuju. Dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki persepsi setuju pada pernyataan pertama.
2. Pada item kedua menyatakan “Lokasi Toko Bona *Petshop* strategis dan mudah di jangkau”, dengan tanggapan responden berjumlah 31 atau 47% konsumen menjawab sangat setuju, dan 35 atau 53% konsumen menjawab setuju. Dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki persepsi setuju pada pernyataan kedua.
3. Pada item ketiga menyatakan “Produk yang di sediakan Toko Bona *Petshop* lengkap”, dengan tanggapan responden berjumlah 8 atau 12% konsumen menjawab sangat setuju, 53 atau 80% konsumen menjawab setuju, dan 5 atau 8% konsumen menjawab cukup setuju. Dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki persepsi setuju pada pernyataan ketiga.
4. Pada item keempat menyatakan “Produk yang di sediakan Toko Bona *Petshop* berkualitas”, dengan tanggapan responden berjumlah 1 atau 2% konsumen menjawab sangat setuju, 63 atau 95% konsumen menjawab setuju dan 2 atau 3% konsumen menjawab cukup setuju. Dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki persepsi setuju pada pernyataan keempat.

5. Pada item kelima menyatakan “Harga produk di Toko Bona *Petshop* bervariasi sesuai dengan kualitas”, dengan tanggapan responden berjumlah 2 atau 3% konsumen menjawab sangat setuju, 56 atau 85% konsumen menjawab setuju, dan 8 atau 12% konsumen menjawab cukup setuju. Dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki persepsi setuju pada pernyataan kelima.
6. Pada item keenam menyatakan “Harga jasa yang ditawarkan di Toko Bona *Petshop* terjangkau”, dengan tanggapan responden berjumlah 2 atau 3% konsumen menjawab sangat setuju, 49 atau 74% konsumen menjawab setuju, 14 atau 21% konsumen menjawab cukup setuju, dan 1 atau 2% konsumen menjawab tidak setuju. Dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki persepsi setuju pada pernyataan keenam.
7. Pada item ketujuh menyatakan “Toko Bona *Petshop* memberikan potongan harga pada produk tertentu”, dengan tanggapan responden berjumlah 48 atau 73% konsumen menjawab setuju, 15 atau 22% konsumen menjawab cukup setuju, dan 3 atau 5% konsumen menjawab tidak setuju. Dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki persepsi setuju pada pernyataan ketujuh.
8. Pada item kedelapan menyatakan “Toko Bona *Petshop* memberikan promosi pada produk atau jasa”, dengan tanggapan responden berjumlah 38 atau 57% konsumen menjawab setuju, 27 atau 41% konsumen menjawab cukup setuju, dan 1 atau 2% konsumen menjawab tidak setuju. Dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki persepsi setuju pada pernyataan kedelapan.
9. Pada item kesembilan menyatakan “Pelayanan informasi yang cepat dan mudah di mengerti”, dengan tanggapan responden berjumlah 9 atau 10% konsumen menjawab sangat setuju, dan 57 atau 90% konsumen menjawab setuju. Dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki persepsi setuju pada pernyataan kesembilan.
10. Pada item kesepuluh menyatakan “Toko Bona *Petshop* memberikan pelayanan yang sopan”, dengan tanggapan responden berjumlah 9 atau 13% konsumen menjawab sangat setuju, dan 57 atau 87% konsumen menjawab setuju. Dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki persepsi setuju pada pernyataan kesepuluh.

Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan

Deskripsi variabel loyalitas pelanggan diukur dengan 8 pernyataan yang diberikan kepada 66 responden toko Bona *Petshop*. Berdasarkan kuesioner yang peneliti sebar di Toko Bona *Petshop* jawaban responden dapat dilihat ditabel 6

Tabel 6
Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan

Item X1	SS		S		CS		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	18	27%	48	73%	0	0%	0	0%	0	0%
2	6	10%	37	56%	15	22%	8	12%	0	0%
3	17	25%	45	68%	4	6%	0	0%	0	0%
4	6	10%	33	50%	16	24%	9	13%	2	3%
5	5	8%	61	92%	0	0%	0	0%	0	0%
6	1	2%	63	95%	2	3%	0	0%	0	0%
7	2	3%	59	89%	5	8%	0	0%	0	0%
8	2	3%	50	75%	14	22%	0	0%	0	0%

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

1. Pada item pertama menyatakan “Melakukan pembelian produk lebih dari 2 kali di Toko Bona *Petshop*”, dengan tanggapan responden berjumlah 18 atau 27% konsumen menjawab sangat setuju, dan 48 atau 73% konsumen menjawab setuju. Dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki persepsi setuju pada pernyataan pertama.
2. Pada item kedua menyatakan “Menggunakan jasa di Toko Bona *Petshop* lebih dari 2 kali”, dengan tanggapan responden berjumlah 6 atau 10% konsumen menjawab sangat setuju, 37 atau 56% konsumen menjawab setuju, 15 atau 22% konsumen menjawab cukup setuju, dan 8 atau 12% konsumen menjawab tidak setuju. Dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki persepsi setuju pada pernyataan kedua.
3. Pada item ketiga menyatakan “Sering membeli produk di Toko Bona *Petshop*”, dengan tanggapan responden berjumlah 17 atau 25% konsumen menjawab sangat setuju, 45 atau 68% konsumen menjawab setuju, dan 4 atau 6% konsumen menjawab cukup setuju. Dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki persepsi setuju pada pernyataan ketiga.
4. Pada item keempat menyatakan “Sering menggunakan jasa di Toko Bona *Petshop*”, dengan tanggapan responden berjumlah 6 atau 10% konsumen menjawab sangat setuju, 33 atau 50% konsumen menjawab setuju, 16 atau 24% konsumen menjawab cukup setuju, 9 atau 13% konsumen menjawab tidak setuju, dan 2 atau 3% konsumen menjawab sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki persepsi setuju pada pernyataan keempat.
5. Pada item kelima menyatakan “Merekomendasikan produk atau jasa kepada teman atau saudara terdekat”, dengan tanggapan responden berjumlah 5 atau 8% konsumen menjawab

sangat setuju, dan 61 atau 92% konsumen menjawab setuju. Dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki persepsi setuju pada pernyataan kelima.

6. Pada item keenam menyatakan “Memberikan informasi pelayanan yang baik di Toko Bona *Petshop*”, dengan tanggapan responden berjumlah 1 atau 2% konsumen menjawab sangat setuju, 63 atau 95% konsumen menjawab setuju, 2 atau 3% konsumen menjawab cukup setuju. Dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki persepsi setuju pada pernyataan keenam.
7. Pada item ketujuh menyatakan “Yakin bahwa Toko Bona *Petshop* adalah yang terbaik”, dengan tanggapan responden berjumlah 2 atau 3% konsumen menjawab sangat setuju, 59 atau 89% konsumen menjawab setuju, dan 5 atau 8% konsumen menjawab cukup setuju. Dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki persepsi setuju pada pernyataan ketujuh.
8. Pada item kedelapan menyatakan “Tidak tertarik membeli atau menggunakan jasa di toko lain”, dengan tanggapan responden berjumlah 2 atau 3% konsumen menjawab sangat setuju, 50 atau 75% konsumen menjawab setuju, dan 14 atau 22% konsumen menjawab cukup setuju. Dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki persepsi setuju pada pernyataan kedelapan.

Analisis Statistik

Uji Instrumen

Uji Validitas

Data uji validitas apabila nilai probabilitas korelasi [sig.(2-tailed)] < dari taraf signifikan (α) sebesar 0,05 maka data dinyatakan valid. Apabila nilai probabilitas korelasi [sig.(2-tailed)] > dari taraf signifikan (α) sebesar 0,05 maka data dinyatakan tidak valid. Berikut ini tabel uji validitas :

Tabel 7

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Nomor item	Nilai Korelasi (Pearson Corellation)	Probabilitas korelasi [sig.(2- tailed)]	Keterangan
Item X1 ke 1	0,580	0,000	Valid
Item X1 ke 2	0,634	0,000	Valid
Item X1 ke 3	0,446	0,000	Valid
Item X1 ke 4	0,566	0,000	Valid
Item X1 ke 5	0,641	0,000	Valid
Item X1 ke 6	0,641	0,000	Valid
Item X1 ke 7	0,520	0,000	Valid

Item X1 ke 8	0,529	0,000	Valid
Item X1 ke 9	0,441	0,000	Valid
Item X1 ke 10	0,696	0,000	Valid

Sumber: Data Output SPSS setelah diolah peneliti pada lampiran 3, 2023

Berdasarkan hasil output dari SPSS dapat dilihat pada tabel 7 bahwa hasil uji validitas seluruh kuesioner pada variabel kualitas pelayanan (X1) nilai probabilitas korelasi [sig.(2-tailed)] < dari 0,05 maka data dinyatakan valid.

Tabel 8

Hasil Uji Validitas Variabel Citra Toko (X2)

Nomor item	Nilai Korelasi (Pearson Corellation)	Probabilitas korelasi [sig.(2-tailed)]	Keterangan
Item X2 ke 1	0,485	0,000	Valid
Item X2 ke 2	0,591	0,000	Valid
Item X2 ke 3	0,482	0,000	Valid
Item X2 ke 4	0,290	0,018	Valid
Item X2 ke 5	0,489	0,000	Valid
Item X2 ke 6	0,608	0,000	Valid
Item X2 ke 7	0,581	0,000	Valid
Item X2 ke 8	0,613	0,000	Valid
Item X2 ke 9	0,320	0,009	Valid
Item X2 ke 10	0,500	0,000	Valid

Sumber: Data Output SPSS setelah diolah peneliti pada lampiran 3, 2023

Berdasarkan hasil output dari SPSS dapat dilihat pada tabel 8 bahwa hasil uji validitas seluruh kuesioner pada variabel citra toko (X2) nilai probabilitas korelasi [sig.(2-tailed)] < dari 0,05 maka data dinyatakan valid.

Tabel 9

Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Nomor item	Nilai Korelasi (Pearson Corellation)	Probabilitas korelasi [sig.(2-tailed)]	Keterangan
Item Y ke 1	0,411	0,001	Valid
Item Y ke 2	0,809	0,000	Valid
Item Y ke 3	0,421	0,000	Valid
Item Y ke 4	0,870	0,000	Valid
Item Y ke 5	0,530	0,000	Valid
Item Y ke 6	0,465	0,000	Valid
Item Y ke 7	0,638	0,000	Valid
Item Y ke 8	0,620	0,000	Valid

Sumber: Data Output SPSS setelah diolah peneliti pada lampiran 3, 2023

Berdasarkan pada tabel 9 bahwa hasil uji validitas seluruh kuesioner pada variabel loyalitas pelanggan (Y) nilai probabilitas korelasi [sig.(2-tailed)] < dari 0,05 maka data dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Apabila nilai koefisien reliabilitas > dari 0,06 maka dapat dikatakan data dalam kriteria reliabilitas tinggi, atau data hasil angket memiliki tingkat reliabilitas yang baik dan dapat dipercaya. Berikut tabel uji reliabilitas :

Tabel 10
Hasil Uji Reliabilitas

Nama Variabel	Cronbach's Alpha (nilai koefisien)	Jumlah Pernyataan	Keterangan
X1	0,741	10	Reliabel
X2	0,717	10	Reliabel
Y	0,743	8	Reliabel

Sumber: Data Output SPSS setelah diolah peneliti pada lampiran 3, 2023

Berdasarkan pada tabel 10 bahwa hasil uji reliabilitas pada :

1. Kualitas Pelayanan (X1) nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,741 > 0,60 dimana hasil output lebih besar maka data dinyatakan reliabel.
2. Citra Toko (X2) nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,717 > 0,60 dimana hasil output lebih besar maka data dinyatakan reliabel.
3. Loyalitas Pelanggan (Y) nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,743 > 0,60 dimana hasil output lebih besar maka data dinyatakan reliabel.

Uji Prasyarat Analisis

Uji Normalitas

Apabila pada uji normalitas nilai Asymp Sig > atau sama dengan 0,05 maka data berdistribusi normal, jika nilai Asymp Sig < dari 0,05 maka data berdistribusi tidak normal. Berikut tabel uji normalitas :

Tabel 11
Hasil Uji Normalitas

Variabel	Asymp Sig (2-tailed)	Test Statistic	N	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,410	0,202	66	Normal
Citra Toko (X2)	0,100	0,197	66	Normal
Loyalitas Pelanggan	0,120	0,181	66	Normal

Sumber: Data Output SPSS setelah diolah peneliti pada lampiran 3, 2023

Berdasarkan pada tabel 11 bahwa hasil uji normalitas pada :

1. Kualitas pelayanan (X1) nilai Asymp Sig sebesar $0,410 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data variabel kualitas pelayanan dinyatakan normal.
2. Citra Toko (X2) nilai Asymp Sig sebesar $0,100 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data variabel citra toko dinyatakan normal.
3. Loyalitas Pelanggan (Y) nilai Asymp Sig sebesar $0,120 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data variabel loyalitas pelanggan dinyatakan normal.

Uji Linieritas

Apabila pada uji linieritas nilai Sig F > atau sama dengan 0,05 maka hubungannya dinyatakan linier, jika nilai Sig F < dari 0,05 maka hubungannya tidak linier. Berikut tabel uji linieritas :

Tabel 12
Hasil Uji Linieritas

Variabel	Nilai F	Sig	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	2,772	0,065	Linier
Citra Toko (X2)	1,608	0,136	Linier

Sumber: Data Output SPSS setelah diolah peneliti pada lampiran 3, 2023

Berdasarkan pada tabel 12 bahwa hasil uji linieritas :

1. Kualitas Pelayanan (X1) nilai F sebesar 2,772 dengan sig 0,065 maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan linier.
2. Citra Toko (X2) nilai F sebesar 1,608 dengan sig 0,136 maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel citra toko dan loyalitas pelanggan linier.

Uji Multikolinieritas

Apabila nilai VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas, dan jika nilai Tolerance lebih dari 0,10 maka tidak terjadi gejala multikolinieritas. Berikut tabel uji multikolinieritas :

Tabel 13
Hasil Uji Multikolinieritas

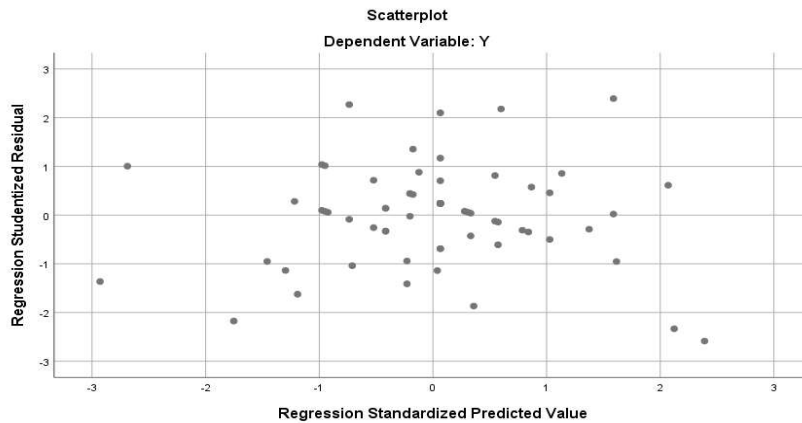
Variabel	Nilai F	Sig	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,798	1,252	Non Multikolinieritas
Citra Toko (X2)	0,798	1,252	Non Multikolinieritas

Sumber: Data Output SPSS setelah diolah peneliti pada lampiran 3, 2023

Berdasarkan pada tabel 13 nilai VIF sebesar $0,798 < 10$ dan nilai tolerance sebesar $1,252 > 10$ maka tidak terjadi kolinearitas antara variabel kualitas pelayanan dan citra toko.

Uji Heterokedastisitas

Tabel 14
Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Metode Analisis Grafik



Sumber: Data berdasarkan hasil SPSS 25 *for Windows* pada lampiran 3, 2023

Berdasarkan hasil output dari SPSS 25 *for Windows* pada scatterplot bahwa plot menyebar secara acak diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu *regression standardized predicted value* grafik tersebut, maka dinyatakan tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah model regresi linier dengan menggunakan lebih dari satu variabel bebas, yang bertujuan untuk menguji hubungan atau pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat.

Tabel 15
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien regresi	Thitung	Sig	Keterangan
Konstanta	1,488			
Kualitas Pelayanan	0,434	3,438	0,001	H1 diterima
Citra Toko	0,391	2,88	0,005	H2 diterima
F hitung	18,209		0,000	H3 diterima
R	0,605			
R Square	0,366			

Sumber: Data output SPSS setelah diolah peneliti pada lampiran 3, 2023

Berdasarkan tabel 14 diperoleh model persamaan regresi :

$$Y = 1,488 + 0,434 (X1) + 0,391 (X2)$$

Hasil regresi dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai koefisien sebesar 1,488 yang artinya potongan garis regresi sumbu Y terletak pada nilai 1,488 nilai ini bersifat konstan dan tidak terikat pada variabel bebas maupun variabel terikat.
2. Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,434 yang artinya apabila variabel kualitas pelayanan (X1) mengalami kenaikan satu satuan maka variabel loyalitas pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan 0,434 satuan dengan asumsi variabel yang lain konstan.
3. Koefisien regresi citra toko sebesar 0,391 yang artinya apabila variabel citra toko (X2) mengalami kenaikan satu satuan maka variabel loyalitas pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan 0,391 satuan dengan asumsi variabel yang lain konstan.

Pembahasan dan Interpretasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian uji statistik bisa diketahui bahwa kualitas pelayanan (X1) dan citra toko (X2) mempunyai pengaruh secara simultan serta signifikan atas loyalitasnya konsumen (Y) di Toko Bona *Petshop*.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Bona *Petshop*

Berdasarkan hasil analisis data pada SPSS 25 *for Windows* pada uji t bahwa nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ dengan $sig < 0,05$ pada variabel kualitas pelayanan (X1) yaitu sebesar 3,438 $> 1,997$ dengan nilai $sig < 0,001 < 0,05$ maka variabel kualitas pelayanan (X1) mempunyai pengaruh signifikan atas loyalitas pelanggan (Y). Hal ini dikarenakan kualitas pelayanan menjadi acuan utama pada pelanggan agar tetap nyaman kemudian melakukan pembelian ulang dan menggunakan jasa pada Toko Bona *Petshop*.

Hasil penelitiannya ini sama dengan penelitian terdahulu yang dilaksanakan Luh Ratna Dewi (2012) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Warung Internet di Kota Singaraja Tahun 2012. Dengan hasil penelitian kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna jasa warung internet di kota Singaraja.

Pengaruh Citra Toko Terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Bona *Petshop*

Berdasarkan hasil analisis data pada SPSS 25 *for Windows* pada uji t bahwa nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ dengan $sig < 0,05$ pada variabel citra toko (X2) yaitu sebesar 2,888 $> 1,997$ dengan nilai $sig < 0,005 < 0,05$ maka citra toko (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Hal ini dikarenakan citra toko menjadi daya tarik pelanggan untuk melakukan pembelian dan menggunakan jasa karena citra nya yang dianggap baik.

Hasil penelitian ini sesuai dengan (Rojabi & Dewi, 2020) yang berjudul Pengaruh Citra Toko Terhadap Loyalitas Pelanggan (studi kasus pada Smesco Mart Al Hikam Malang). Dengan hasil penelitian bahwa citra toko mempunyai pengaruh positif atas loyalitasnya

konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Toko Terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Bona *Petshop*

Berdasarkan hasil analisis data pada SPSS 25 *for Windows* pada uji bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan nilai $sig < 0,05$ pada variabel kualitas pelayanan (X1) dan citra toko (X2) yaitu nilai sebesar $18,209 > 3,14$ dengan nilai $sig 0,000 < 0,05$ maka kualitas pelayanan (X1) dan citra toko (X2) berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Hasil penelitian ini sesuai dengan (Aninditho & Idris, 2019) yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Toko Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Indomaret di Semarang). Dengan hasil penelitian bahwa kualitas layanan dan citra toko mempunyai pengaruh positif serta signifikan atas loyalitasnya konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pada analisis data serta penjelasan dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Toko Terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Bona *Petshop*, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini diperoleh dari hasil analisis data dengan uji t yang nilai $sig 0,001$ lebih kecil dari nilai batasan $0,05$.
2. Citra toko mempunyai pengaruh positif serta signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini diperoleh dari hasil analisis data dengan uji t nilai sig yang diperoleh $0,005$ lebih kecil dari nilai batasan $0,05$.
3. Kualitas pelayanan dan citra toko mempunyai pengaruh positif serta signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini diperoleh dari hasil analisis data dengan uji f yang nilai $sig 0,000$ lebih kecil dari nilai batasan $0,05$.
4. Berdasarkan pada hasil analisa regresi linier berganda diperoleh nilai persamaannya $Y = 1,488 + 0,434 (X1) + 0,391 (X2)$ dan nilai koefisien determinasi kualitas pelayanan dan citra toko terhadap loyalitas pelanggan sebanyak $36,6\%$.

Saran

Berdasarkan pada analisis data, pembahasan, dan kesimpulan dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Toko di Toko Bona *Petshop*, maka peneliti akan menyampaikan saran sebagai berikut :

1) Saran Bagi Toko Bona *Petshop*

Toko Bona *Petshop* untuk kedepannya lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan citra toko untuk tetap mempertahankan pelanggan yang loyal sehingga usaha lebih meningkat dan lebih baik dalam memberikan kenyamanan pada konsumen.

2) Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan untuk peneliti selanjutnya agar menambahkan variabel X atau Y untuk mendapatkan hasil penelitian yang maksimal, hal ini dikarenakan perhitungan pada regresi linier berganda pada nilai R Square sebesar 36,6% dipengaruhi variabel yang diteliti dan 63,4% dipengaruhi faktor lain diluar variabel yang diteliti.

DAFTAR REFERENSI

- Aninditho, R., & Idris. (2019). Analisis pengaruh kualitas layanan dan citra toko terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (Studi pada konsumen Indomaret di Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 9, 1–12.
- Assauri, S. (2011). *Manajemen pemasaran* (11th ed.). PT. Raja Grafindo Persada.
- Aulia, A. R., & Yulianti, A. L. (2019). Pengaruh city branding “a land of harmony” terhadap minat berkunjung dan keputusan berkunjung ke Puncak, Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(3), 67–71. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss1.pp67>
- Damuri, M., Suwasono, E., & Musafik, H. M. N. (2017). Pengaruh gaya kepemimpinan, karakteristik individu dan kompensasi terhadap kinerja karyawan Yayasan Nurul Hidayat Kediri. *Jurnal Revitalisasi Jurnal Ilmu Manajemen*, 6, 13–24.
- Rojabi, M. N., & Dewi, T. S. (2020). Pengaruh citra toko terhadap loyalitas konsumen. *Ekonomi Bisnis*, 1–52.
- Sule, E. T., & Saefullah, K. (2005). *Pengantar manajemen*. Prenadamedia Group.
- Terry, G. R., & Rue, L. W. (2005). *Dasar-dasar manajemen (Principles of Management)* (G. Ticoalu, Ed.). PT. Bumi Aksara.
- Umar, H. (2014). Faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan pada penerbangan low cost carrier. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTransLog)*, 1(2), 127–138.
- Wijayanti, R. M. (2015). Solo Pet Centre sebagai sarana edukasi dan rekreasi keluarga. *Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 1–15.