PENGARUH VARIASI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA KLINIK KECANTIKAN NAAVAGREEN NATURAL SKIN CARE BATAM

SKRIPSI

Oleh:
Asda Silalahi
170910304

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021

PENGARUH VARIASI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA KLINIK KECANTIKAN NAAVAGREEN NATURAL SKIN CARE BATAM

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana

Oleh
Asda Silalahi
170910304

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Asda Silalahi
Npm	: 170910304
Fakultas	: Ilmu Sosial Dan Humaniora
Program studi	: Manajemen

Menyatakan bahwa "**Skripsi**" yang saya buat dengan judul:
PENGARUH VARIASI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA KLINIK KECANTIKAN NAAVAGREEN NATURAL SKIN CARE BATAM.

Adalah benar hasil karya saya sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.
Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur- unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 29 Juli 2021

Asda Silalahi
170910304

PENGARUH VARIASI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA KLINIK KECANTIKAN NAAVAGREEN NATURAL SKIN CARE BATAM

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat

memperoleh gelar Sarjana

Oleh

Asda Silalahi

170910304

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal

seperti dibawah ini

Batam, 23 Agustus 2021

Tiurniari Purba, S.E., M.M.

Pembimbing

UPB

Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Dunia industri saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat, hal ini dipengaruhi oleh teknologi yang mengalami perkembangan pesat. Perkembangan industri seperti banyak dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis dalam menjalankan usahanya salah satunya yaitu Klinik Kecantikan Naavagreen Natural Skin Care Batam yang memanfaatkan teknologi yang berkembang pada saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variasi produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Teknik pengambilan sampel adalah sampling jenuh, artinya semua populasi dijadikan sampel dalam penelitian ini. Pengolahan data menggunakan SPSS versi 25 dengan jenis penelitian kuantitatif. Hasil uji t (parsial) bahwa variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t hitung > t tabel dengan nilai signifikansi < 0,05 yaitu 3,945 > 1,656 dan nilai signifikan 0,000 < 0,05, kualitas pelayanan memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t hitung > t tabel dengan nilai signifikansi < 0,05 yaitu 7,080 > 1,656 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Hal ini dibuktikan dari hasil uji F dimana f hitung>f ttabel dengan nilai signifikansi < 0,05 yaitu 72,555 > 2,67 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 yang menyatakan bahwa variasi produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap pelanggan loyalitas di klinik kecantikan Naavagreen natural skin care Batam.

Kata Kunci: Kualitas Pelayan; Loyalitas Pelanggan; Variasi Produk.

ABSTRACK

The industrial world is currently experiencing very rapid progress, this is influenced by technology that is experiencing rapid development and progress. Such industrial developments are widely used by business people in running their business, one of which is the Naavagreen Natural Skin Care Batam Beauty Clinic which utilizes the technology that is currently developing. Naavagreen Natural Skin Care Batam Beauty Clinic which is engaged in the beauty industry, having its address at Ruko Central Aladdding 1 block A number 1 and 2A, Jl. Raja Alikelana, Belian, Batam City District, Batam City, Riau Islands. This study aims to analyze the effect of product variations and service quality on customer loyalty. The sampling technique is saturated sampling, meaning that all populations are sampled in this study. Data processing using SPSS version 25 with quantitative research type. The results of the t-test (partial) that product variations have a positive and significant effect on customer loyalty at the Beauty Clinic Naavagreen Natural Skin Care Batam with a t-count value > t table with a significance value of <0.05, namely 3.945> 1.656 and a significant value of 0.000 <0.05 , service quality has a positive and significant effect on customer loyalty at Naavagreen Beauty Clinic Natural Skin Care Natural Skin Care Batam with a value of t count > t table with a significance value < 0.05, namely 7.080 > 1.656 and a significance value of 0.000 < 0.05. This is evidenced by the results of the F test where f count > f table with a significance value < 0.05, namely 72.555 > 2.67 and a significance value of 0.000 <0.05 which states that product variations and service quality have a positive and significant simultaneous effect on customers. loyalty at Naavagreen natural skin care beauty clinic Batam.

Keywords: *Customer Loyalty; Product Variety; Service Quality.*

KATA PENGANTAR

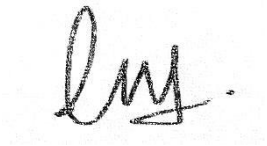
Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada program studi Manajemen di Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Karena itu, penulis bersedia menerima segala kritik dan saran. Dengan segala keterbatasan, penulis juga menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan, pendapat dan dorongan semangat dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Ibu Tiurniari Purba, S.E., M.M . selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dengan penuh kesabaran untuk memberikan bimbingan, pemikiran, gagasan, dukungan, dorongan kepada penulis;
5. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
6. Seluruh Pimpinan dan Jajaran Klinik Kecantikan Naavagreen Natural Skin Care Batam yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian;
7. Kedua orang tua tercinta yang sangat penulis hormati dan sayangi, yang selalu memberikan bantuan, dorongan, semangat dan nasehat serta doa restu kepada penulis sejak lahir hingga saat ini;
8. Kakak, adik, dan keluarga yang saya cintai yang telah memberikan segala bantuan, doa dan dukungan;
9. Para responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner;
10. Pihak-pihak lainnya, rekan kerja, sahabat dan teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu;

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih atas semuanya, atas segala bantuan, doa dan dukungan, semoga Tuhan senantiasa melimpahkan kasih dan karunia kepada kita semua. Amin.

Batam, 29 Juli, 2021



Asda Silalahi
170910304

UPB

Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL ..... **i**
HALAMAN JUDUL ..... **ii**
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS ..... **iii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iv**
ABSTRAK ..... **v**
ABSTRAK ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **viii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xi**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR RUMUS ..... **xiii**
BAB I PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Identifikasi Masalah 7
1.3 Batasan Masalah 7
1.4 Rumusan Masalah 7
1.5 Tujuan Penelitian 8
1.6 Manfaat Penelitian 8
1.6.1 Manfaat Teoritis 8
1.6.2 Manfaat Praktis 9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA
2.1 Kajian Teori 10
2.1.1 Loyalitas Pelanggan 10
2.1.1.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan 10
2.1.1.2 Mengukur Loyalitas Pelanggan 11
2.1.1.3 Karakteristik Loyalitas Pelanggan 11
2.1.1.4 Indikator Loyalitas Pelanggan 12
2.1.2 Variasi Produk 13
2.1.2.1 Pengertian Variasi Produk 13
2.1.2.2 Macam-Macam Variasi Produk 14
2.1.2.3 Faktor – Faktor Pemilihan Penjualan Variasi Produk 14
2.1.2.4 Indikator Variasi Produk 15
2.1.3 Kualitas Pelayanan 16
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan 16
2.1.3.2 Manfaat Kualitas Pelayanan 16
2.1.3.3 Faktor – Faktor Timbulnya Ketidakpuasan Kualitas Pelayanan 17
2.1.3.4 Indikator Kualitas Pelayanan 18
2.2 Penelitian Terdahulu 19
2.3 Kerangka Pemikiran 20
2.3.1 Pengaruh Variasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan 21
2.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan 21

2.3.3 Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan 22
2.4 Hipotesis 23
BAB III METODE PENELITIAN
3.1 Jenis Penelitian 24
3.2 Sifat Penelitian 24
3.3 Lokasi Dan Periode Penelitian 24
3.3.1 Lokasi Penelitian 24
3.3.2 Periode Penelitian 25
3.4 Popolasi Dan Sampel 25
3.4.1 Populasi 25
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel 26
3.4.3 Teknik Sampling 26
3.5 Sumber Data 26
3.6 Metode Pengumpulan Data 27
3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian 28
3.8 Metode Analisis Data 30
3.8.1 Analisis Deskriptif 30
3.8.2 Uji Kaulitas Data 32
3.8.2.1 Uji Validitas 32
3.8.2.2 Uji Reliabilitas 33
3.8.3 Uji Asumsi Klasik 34
3.8.3.1 Uji Normalitas 34
3.8.3.2 Uji Multikolinearitas 34
3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas 34
3.8.4 Uji Pengaruh 35
3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda 35
3.8.4.2 Uji R^2 (Analisis Determinasi) 35
3.8.5 Uji Hipotesis 36
3.8.5.1 Uji T (Uji Parsial) 36
3.8.5.2 Uji F (Uji Simultan) 37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 39
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden 39
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 40
4.2.2 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 40
4.2.3 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berlangganan 41
4.3 Deskripsi Jawaban Responden 42
4.3.1 Variabel Variasi Produk (X1) 42
4.3.2 Variabel Kualitas Pelayanan (X2) 44
4.3.3 Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) 45
4.4 Analisis Data 47
4.4.1 Analisis Deskriptif 47
4.4.2 Uji Kaulitas Data 47
4.4.3 Hasil Uji Validitas 48
4.4.4 Uji Reliabilitas 50

4.4.5 Uji Asumsi Klasik 51
4.4.5.1 Uji Normalitas 51
4.4.5.2 Uji Multikolinearitas 53
4.4.5.3 Uji Heteroskedastisitas 54
4.4.6 Uji Pengaruh 55
4.4.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda 55
4.4.6.2 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R^2) 57
4.5 Pengujian Hipotesis 58
4.5.1 Hasil Uji T 58
4.5.1.1 Pengaruh Variasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Klinik Kecantikan Naavagreen Natural *Skin Care* Batam 59
4.5.1.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Klinik Kecantikan Naavagreen Natural *Skin Care* Batam 59
4.5.2 Hasil Uji f (Simultan) 59
4.6 Pembahasan 61
4.6.1 Pengaruh Variasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan 61
4.6.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan 61
4.6.3 Pengaruh Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan 62
4.7 Implikasi Hasil Penelitian 62
4.7.1 Variabel Variasi Produk 63
4.7.2 Variabel Kualitas Pelayanan 63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
5.1 Kesimpulan 63
5.2 Saran 63
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN 1.Pendukung Penelitian
LAMPIRAN 2.Daftar Riwayat Hidup
LAMPIRAN 3.Surat Keterangan Penelitian

\

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1 1 Kerangka Pemikiran.....23
Gambar 1 2 *Histogram Regresion Residual* 52
Gambar 1 3 *P-P Plot of Regression Standardized*.....52
Gambar 1 4 Hasil Uji *Scatterplot* 55

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 40
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Beredasarkan Usia 41
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berlangganan.....41
Tabel 4. 4 Skor Indikator Variabel Variasi Produk.....42
Tabel 4. 5 Skor Indikator Variabel Kualitas Pelayanan 44
Tabel 4. 6 Skor Indikator Variabel Loyalitas Pelanggan 46
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Variasi Produk (X1) 48
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan 49
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....50
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas 51
Tabel 4. 11 Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov*.....53
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....54
Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda 56
Tabel 4. 14 Hasil Uji R *Square*.....57
Tabel 4. 15 Hasil Uji T 58
Tabel 4. 16 Hasil Uji F 60

DAFTAR RUMUS

Halaman

Rumus 3. 1 Rentang Skala 31
Rumus 3. 2 Korelasi *Product Moment* 32
Rumus 3. 3 Conbrach Alpha 33
Rumus 3. 4 Regresi Linear Berganda.....35
Rumus 3. 5 T Hitung 36
Rumus 3. 6 F Hitung 37

UPB

Universitas Putera Batam

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini sektor industri sedang mengalami perkembangan yang cukup pesat, salah satunya adalah industri kosmetik atau industri kecantikan. Di Indonesia bisnis kosmetik atau kecantikan saat ini sangat digemari masyarakat terutama kaum wanita. Permintaan pasar yang meningkat dan teknologi yang berkembang menjadikan industri kosmetik atau kecantikan menjadi kebutuhan masyarakat terutama kaum wanita yang melakukan perawatan tubuh menjadi kebutuhan utama. Bisa kita lihat dari maraknya klinik kecantikan yang dibuka di Indonesia khususnya di kota Batam. Kebutuhan akan kecantikan berdampak besar bagi kemajuan sektor industri kecantikan. Dalam dunia bisnis, pengusaha dituntut untuk memberikan pelayanan yang unggul di bidangnya supaya perusahaan tersebut tetap ada dan diakui keberadaaannya serta banyak peminatnya. Besarnya keinginan konsumen untuk terus terlihat cantik dan menjaga penampilannya saat ini memberikan peluang yang sangat pesat di industri kosmetik atau kecantikan atau sering disebut *skin care.* Dengan menghadapi persaingan antar industri kecantikan, perusahaan di tuntut supaya menghasilkan produk-produk yang berkualitas.

Kepercayaan pelanggan terhadap klinik kecantikan dalam menggunakan *skin care* akan menimbulkan naiknya permintaan dan meningkatnya keuntungan

bagi klinik-klinik *skin care.* Pembelian produk berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan. Berbagai macam akan dilakukan untuk memenuhi dan meningkatkan kebutuhan pelanggan dalam menggunakan *skin care.* Klinik *skin care* akan mengeluarkan berbagai variasi produk agar bisa membuat konsumen baru tertarik serta menjaga loyalitas konsumen lama dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Variasi produk ialah gabungan semua produk yang di jual di pasaran (Jumarodin, Sutanto, & Adhilla, 2019: 111).

Kualitas pelayanan dapat disebut juga kualitas jasa, hal ini berhubungan dengan *service* yang diterima oleh konsumen. Konsumen tentu akan merasa nyaman jika dilayani dengan baik. Kualitas layanan sangat berpengaruh terhadap sejauh apa pemilik jasa bisa mencukupi apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen. (Putri Yohana, 2017: 3).

Agar perusahaan dapat tetap bersaing di dunia bisnis, maka dibutuhkan konsumen yang memiliki loyalitas tinggi. Agar bisa membuat konsumen menjadi loyal terhadap perusahaan maka perusahaan perlu membuat perencanaan strategi yang baik. Sukses tidaknya sebuah produk bergantung pada konsumennya. (Leonardo & Purba, 2020: 442).

Klinik Kecantikan Naavagreen Natural *Skin Care Batam* adalah sebuah klinik perawatan kecantikan yang ada di Batam. Naavagreen beralamat di Jl. Raja Ali Kelana, Komp. Central Aladdin I, Blok A, Batam Center - Batam. Peralatan dengan teknologi yang canggih digunakan klinik tersebut untuk mengatasi permasalahan kulit pelanggan. Naavagreen merupakan klinik perawatan

kecantikan yang berkomitmen dalam kepuasaan pelanggan menjadi nomor satu. Untuk itu Naavagreen memberikan berbagai pelatihan dan pengarahan kepada seluruh karyawan agar memberikan yang terbaik bagi pelanggannya, sebab apabila konsumen tidak dilayani dengan baik maka konsumen pasti tidak akan menjadi loyal. Naavagreen juga menawarkan berbagai produk kecantikan yang dijual demi memuaskan kebutuhan pelanggannya.

Tabel 1. 1 Daftar Variasi Produk Klinik Kecantikan Naavagreen Natural Skin Care Batam

No	Nama Produk	Macam-Macam Produk
1	*Cream*	*Naavagreen perfect cover BB cushion Beige, BB cushion natural, soybean firming breast cream, moisturing calming cream, moist CC cream, collagen cream,* krim mata, *eye cream 5G, herbal acne cream, lightening day cream,* naavagreen lipatan, *neck cre,* leher pagi, *moist aha cream, glow skin cream, night white neck, sal bright cream, sebum control cream, sebum balance cream, smoothing day cream,* anti radang.
2	Lipstik	Naavagreen *gloosy lipstik exotic red, lipstik bold nude, lipstik dark red, lipstik nude, lipstik passionated red, matte lipstik passionate red, lip matte 01 muskmelon, 02 fusion, 03 warm red, 04 sweet pink, 05 true red, matte lipstik bold nude, matte lipstik dark red, matte lipstik exotic red, matte nude, intensive matte liquid liner.*
3	Serum	*Brightening day serum, brightening day serum AP, hair growth serum, vici serum AP.*
4	*Sunscreen*	Naavagreen *acne sunscreen, NG sunscreen, NG moisturizing sunscreen, NG sunscreen.*
5	*Mask*	Naavagreen *acne mask, blackhead mask, lightening mask, moisturizing mask, rejuvenation mask.*
6	Eyeshadow	*Eyeshadow bold nude color shade, cherish color shade, nude color shade, shapire color shade*
7	Shampoo	Naavagreen anti *dandruff shampoo, anti hairloss*

		shampoo.
8	Pensil Alis	Naavagreen *eyebrow pensil dark bown, pensil black.*
9	*Lotion*	*Naavagreen moist jojoba lotion.*
10	Pembersih	Naavagreen *micellar water, moist sakura gel.*
11	*Mascara*	Naavagreen *volume bosster waterproof mascara*
12	Vitamin	Naavagreen *vit A white*
13	*Cologne*	*Huga eaua dea cologne, kissa eaua dea cologne, smile eau de cologne, naavagreen centellacol, thinka eaua dea cologne, winka eaua dea cologne.*

Sumber: Klinik Kecantikan Naavagreen Natural *Skin Care* Batam

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat dari banyaknya variasi produk yang disediakan klinik kecantikan Naavagreen Natural *Skin Care* Batam, hal tersebut diharapkan bisa mempermudah konsumen untuk menentukan produk yang akan dipakai berdasarkan kebutuhan masing-masing konsumen. Dan dengan banyaknya variasi produk yang disediakan dapat menunjang loyalitas pelanggan lebih meningkat dalam pembelian produk. Namun produk yang disediakan belum mencakup semua kebutuhan pelanggan, belum tersedianya produk anti *aging* padahal sekarang banyak pelanggan yang lebih fokus ke wajah supaya kelihatan lebih awet muda serta terbebas dari kerutan. Jika tersedianya produk anti *aging* dapat membuat pelanggan menjadi loyal karena klinik berarti mampu untuk mengatasi masalah yang dialamai pelanggannya.

Kualitas layanan turut mempengaruhi loyalitas konsumen. Pelayanan yang buruk bisa mempengaruhi loyalitas konsumen dalam pembelian produk tersebut. Adapun data keluhan pelanggan Klinik Kecantikan Naavagreen Natural *Skin Care* Batam sebagai berikut:

Tabel 1. 2. Data Keluhan Pelanggan Klinik Kecantikan Naavagreen Natural *Skin Care* Batam

No	Keluhan Pelanggan	
	Produk	**Pelayanan**
1	Kulit lebih sentitif	Antrian lama
2	Efek panas pada wajah	Dokter kurang detail dalam memeriksa keluhan
3	Jerawat muncul jadi banyak	Bingung dalam antrian pembelian dan konsultasi
4	Ketergantungan produk	Karyawan kurang ramah
5	Efek gatal pada wajah	Therapist kurang maksimal dalam pembersihan komedo
6	Kulit wajah jadi terkelupas	Recepsionis kurang ramah
7	Beruntusan pada wajah	-
8	Kulit jadi lebih berminyak	-

Sumber: Diolah penulis dari google Konsumen Klinik Kecantikan Naavagreen Natural *Skin Care* Batam.

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas kualitas pelayanan yang diberikan Klinik Kecantikan Naavagreen Natural *Skin Care* Batam masih kurang memuaskan bagi pelanggan. Terbukti dari masih banyaknya konsumen yang suka mengeluh. Banyaknya persaingan yang terjadi dalam bisnis kecantikan mengharuskan perusahaan memahami apa keinginan pelanggan dan memberikan yang terbaik supaya keinginan konsumen tercapai dan terwujudnya loyalitas pelanggan.

Tabel 1. 3 Data Jumlah Pelanggan Klinik Kecantikan Naavagreen Natural *Skin Care* Batam

Tahun	Jumlah Pelanggan	Presentase (%)
2017	5500	17,98
2018	9300	30,41
2019	8200	26,81
2020	7581	24,79
Total	30581	99,99

Sumber: Diolah penulis dari Klinik Kecantikan Naavagreen Natural *Skin Care* Batam.

Dari data tersebut bisa diketahui jika jumlah pelanggan Klinik Kecantikan Naavagreen Natural *Skin Care* Batam tahun 2017-2020 sebanyak 30581 atau 99,99% pelanggan. Dan dapat dilihat juga bahwa loyalitas pelanggan selama tahun 2017-2020 mengalami fluktuasi, sedangkan tahun 2017 jumlah pelanggan 5500 dengan presentase 17,98 dan mengalami kenaikan tahun 2018 dengan jumlah pelanggan 9300 dengan presentase 30,41 dan mengalami penurun kembali ditahun 2019-2020 dengan jumlah pelanggan 8200 dan 7581 dengan presentase 26,81 dan 24, 79. Kondisi ini yang dikhawatirkan Klinik Kecantikan Naavagreen Natural *Skin Care* Batam apabila setiap saat konsumennya terus berkurang.

Setelah mempelajari uraian latar belakang tersebut, peneliti memutuskan untuk mengajukan judul Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Klinik Kecantikan Naavagreen Natural *Skin Care* Batam.

1.2 Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi permasalahan dalam penelitian ini ialah:

1. Meningkatnya *complain* dari konsumen terkait kualitas pelayanan yang dinilai kurang informatif;
2. Kurangmya ketepatan waktu dalam melayani pelanggan;
3. Ketidaknyamanan pelanggan saat *treatment* dikarenakan pegawai kurang profesional dalam melakukan *treatment*;
4. Belum tersedianya variasi produk anti *aging* padahal produk tersebut sedang dibutuhkan karena dapat membuat wajah menjadi awet muda serta bebas kerutan sehingga dapat menarik calon pelanggan lebih banyak lagi;

1.3 Batasan Masalah

Agar bisa lebih fokus dalam meneliti, penelitian ini hanya ini hanya dibatasi pada dua ketetapan yakni:

1. Penelitian ini memfokuskan terhadap Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di klinik Kecantikan Naavagreen Natural *Skin Care* Batam;
2. Objek penelitian dilakukan di Klinik Kecantikan Naavagreen Natural *Skin Care* Batam;

1.4 Rumusan Masalah

Berikut merupakan rumusan permasalahan yang sudah peneliti tetapkan yakni:

1. Apakah variasi produk mempengaruhi loyalitas pelanggan di klinik kecantikan Naavagreen natural *skin care* Batam?
2. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan di klinik kecantikan Naavagreen natural *skin care* Batam?
3. Apakah variasi produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan pada loyalitas pelanggan di klinik kecantikan Naavagreen natural *skin care* Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Agar bisa menganalisa pengaruh variasi produk pada loyalitas pelanggan di klinik kecantikan Naavagreen natural *skin care* Batam;
2. Agar bisa menganalisa pengaruh kualitas pelayanan pada loyalitas pelanggan di klinik kecantikan Naavagreen natural *skin care* Batam;
3. Agar bisa menganalisa pengaruh variasi produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada klinik kecantikan Naavagreen natural *skin care* Batam;

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Peneliti berharap agar hasil dari penelitian ini bisa menambah ilmu dan pemahaman di sektor pemasaran yang berhubungan dengan variasi produk serta kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Untuk Universitas Putera Batam, peneliti berharap hasil dari penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan evaluasi dan referensi untuk mahasiswa dan peneliti berikutnya;
2. Bagi Perusahaan, bisa membantu mengembangkan klinik kecantikan Naavagreen Batam dengan menemukan dan mengembangkan secara aktual mengenai pengaruh variasi produk serta kualitas pelayanan pada loyalitas konsumen. Peneliti juga berharap agar semua pembaca bisa memberi kritik dan sarannya guna membangun klinik kecantikan Naavagreen Batam agar lebih berkembang;
3. Bagi Peneliti, menambah pengetahuan peneliti di sektor penjualan terkait pengaruh variasi produk dan kualitas pelayanan pada loyalitas konsumen;
4. Bagi Peneliti Lanjutan, diharapkan menjadi bahan rekomendasi bagi penelitian berikutnya serta tambahan pengetahuan bagi pihak yang membaca;

UPB

Universitas Putera Batam

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Loyalitas Pelanggan

2.1.1.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan bisa diartikan sebagai konsumen yang tetap setia dengan sebuah produk bisa dilihat dari perilakunya yang senantiasa membeli dan memakai produk atau jasa dari sebuah perusahaan (Putra & Suwitho, 2019: 5). Loyalitas konsumen dapat diketahui melalui aspek layanan yang diberikan, baik itu merupakan pelayanan secara umum maupun kualitas layanan (Sari, Prayogi, Jufrizen, & Nasution, 2020: 221).

Menurut (N. N. Sari, Utami, & Bambang, 2019: 28) loyalitas konsumen ialah sebuah keterikatan seorang konsumen yang bisa dilihat dari tingkah laku dan sikapnya yang loyal pada sebuah perusahaan beserta produknya.

Dari sejumlah pandangan ahli tersebut, bisa dikatakan jika loyalitas pelanggan ialah bentuk kesetian konsumen dengan terus menerus membeli serta memakai produk atau jasa dari sebuah perusahaan dengan memberikan tingkat kepuasaan kepada konsumen, jika konsumen dilayani dengan baik maka loyalitas konsumen pasti akan meningkat.

2.1.1.2 Mengukur Loyalitas Pelanggan

Menurut (Buchari Alma, 2018: 288-289) ada beberapa cara yang bisa dilakukan agar bisa mengetahui kepuasan pelanggan yakni:

1. Sistem Keluhan Dan Saran

   Perusahaan menyediakan sebuah kotak saran serta menampung semua keluhan yang dirasakan oleh konsumen atau memberi amplop yang berisikan alamat perusahaan agar bisa dipakai menyalurkan saran, kritik dan keluhan;
2. Survey Kepuasan Pelanggan

   Perusahaan melaksanakan survey agar bisa mengetahui komentar konsumen, bisa dilaksanakan melalui wawancara pribadi, telepon, pos, atau kuesioner;
3. Pembeli Bayangan

   Perusahaan memerintahkan seseorang untuk menjadi pembeli baik di perusahaan sendiri maupun perusahaan orang lain;
4. Analisa Pelanggan Yang Lari

   Mencoba menghunungi konsumen yang kabur;

2.1.1.3 Karakteristik Loyalitas Pelanggan

Menurut (Lestari & Yulianto, 2018: 76) karakteristik konsumen yang loyal ialah seperti berikut:

1. Membeli secara teratur;
2. Mmembeli semua bagian produk atau jasa;

3. Memberi rekomendasi produk lainnya;
4. Memperlihatkan kelebihan serta daya tarik produk yang serupa dengan kompetitor;

2.1.1.4 Indikator Loyalitas Pelanggan

Menurut (Frindy & Purba, 2020: 28) indikator loyalitas pulanggan yaitu:

1. Pembelian Ulang

   Pelanggan akan membangun ikatan transaksi dengan perusahaan, jika konsumen merasa puas dengan sebuah produk, konsumen pasti akan kembali membeli produk tersebut secara terus menerus;
2. Kebiasaan Mengkonsumsi Merek

   Pelanggan menganggap bahwa merek produk adalah yang penting dalam melakukan pembelian produk;
3. Rasa Suka Yang Besar Pada Merek

   Pelanggan menolak menggunakan produk dan alternatif oleh pihak lain, karena pelanggan sudah menyukai dan percaya kepaya merek produk yang digunakaan saat ini;
4. Ketetapan Pada Merek

   Pelanggan tidak akan terpengaruh dan pindah dengan produk merek lainnya, sebab konsumen sudah mempercayai produk dan layanan yang saat ini dipakainya;
5. Keyakinan Bahwa Merek Yang Terbaik

   Hal ini yang menunjukkan bahwa keinginan konsumen atas kepercayaan kepada merek tersebut dengan beberapa resiko yang akan diterima sebab

konsumen beranggapan merek tersebut bisa memberikan hal-hal yang positif;

6. Perekomendasian Merek Kepada Orang Lain.

   Konsumen yang menyarankan produk yang dipakainya untuk orang lain tentu akan menguntungkan perusahaan. Disamping memberi rekomendasi produk konsumen juga melaksanakan pembelian;

2.1.2 Variasi Produk

2.1.2.1 Pengertian Variasi Produk

Yaitu cara yang dilakukan perusahaan dengan menganekaragaman produk yang dimilikinya dengan tujuan bisa memenuhi keinginan konsumen (Faradisa, Budi, & Minarsih, 2016: 5). Variasi produk dan keputusan pembelian berkaitan erat dengan keberlangsungan penjualan sebuah perusahaan (Jumarodin et al., 2019: 111).

Menurut (Nurrohman, Minarsih, & Warso, 2016: 5) variasi produk merupakan barang yang yang ditawarkan lengkap dan tersedia dalam jumlah yang banyak.. Produk yang bervariasi akan membuat konsumen tertatrik. (Finthariasari, Ekowati, & Krisna, 2020: 153) .Produk yang bervariasi tersebut terus dikembangkan hingga mencapai profitabilitas dan tidak bergantung pada sebuah produk (Efnita, 2017: 108).

Dari pandangan sejumlah pakar tersebut, bisa ditarik kesimpulan jika variasi produk ialah keanekaragaman produk yang ditawarkan untuk konsumen dengan tujuan agar konsumen dapat menentukan produk mana yang dia inginkan yang

bisa memenuhi kebutuhannya, sehingga konsumen akan selalu membeli produk tersebut. Perkembangan dan penjualan produk sangat erat kaitannya dengan kelangsungan perusahaan.

2.1.2.2 Macam-Macam Variasi Produk

Menrut (Efnita, 2017: 111) variasi produk merupakan bauran produk yang terbagi atas beberapa lini produk yakni:

1. Lebar bauran produk merujuk pada sejumlah perbedaan lini produk yang ditawarkan oleh perusahaan;
2. Panjang bauran produk merujuk pada keseluruhan produk yang ada pada bauran;
3. Kedalaman bauran produk merujuk pada berapa banyak variasi yang disediakan setiap produk dalam lini;
4. Bauran produk yang konsisten merujuk pada hubungan kedekatan dari sejumlah lini produk terhadap pemakaian akhir;

2.1.2.3 Faktor – Faktor Pemilihan Penjualan Variasi Produk

Dijelaskan oleh (Rahayu, 2018: 9-10) ada sejumlah faktor yang menjadi pertinbangan sebuah perusahaan untuk menetapkan produk yang akan dijual yakni:

1. *Variety* (Variasi)

   Toko yang menyediakan barang secara lengkap tentu akan menjadi pilihan konsumen;
2. *Width* (Lebar)

Menyediakan beberapa produk perlengkapan lain diluar dari produk pokok yang dijual;

3. *Depth* (Panjang)

   Yakni gaya dan model karakteristik dari sebuah produk;

2.1.2.4 Indikator Variasi Produk

(Finthariasari et al., 2020: 5) menjelaskan jika ada beberapa indikator dari variasi produk yakni:

1. Kelengkapan Produk

   Kelengkapan produk merupakan macam-macam produk yang tersedia dan membuat konsumen tertarik dalam melakukan pembelian produk, sesuai dengan kebutuhan konsumen;

2. Merek Produk

   Merek produk merupakan tampilan pada produk. Kemasan produk termasuk sebuah daya tarik yang diperhatikan langsung oleh konsumen;

3. Variasi Ukuran Produk

   Yaitu ukuran yang ada pada setiap produk, ukuran ialah model, bentuk dan struktur fisik yang dapat dilihat dan diukur pada produk dengan nyata;

4. Kualitas Produk

   Yakni bagaimana sebuah produk mampu melaksanakan fungsinya sebagai produk sehingga konsumen merasa puas terhadap hasilnya;

2.1.3 Kualitas Pelayanan

2.1.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Yaitu tolak ukur dalam menilai apakah pelayanan yang ditawarkan sudah bisa memenuhi kebutuhan konsumen (Oskar & Purba, 2020: 408). Kualitas layanan ialah hasil perbandingan antara layanan yang diharapkan konsumen dengan kenyataan yang dialami (Indiani, Ni Luh Putu., Yasa, I Putu Ngurah Suyatna., Sitiari, 2016: 3). Kualitas layanan ialah seberapa jauh pemilik jasa bisa mencukupi kebutuhan dan keinginan konsumennya (Yohana, 2017: 3)**.**

Menurut .(Putri & Utomo, 2017: 74) kualitas pelayanan adalah menyajikan produk atau jasa berdasarkan kriteria yang sudah ditetapkan, serta berupaya menyampaikan produk atau jasa sesuai dengan harapan konsumen. Apabila konsumen dilayani dengan baik tentu ia akan merasa senang dan puas. (Efnita, 2017: 108).

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, bisa ditarik kesimpulan jika kualitas pelayanan ialah kesungguhan pemilik jasa dalam melayani dan memuaskan keiinginan konsumen sesuai dengan ekpektasi dan kondisi yang sebenarnya.

2.1.3.2 Manfaat Kualitas Pelayanan

Menurut (Tatik Suryani, 2017: 194-195) menjelaskan manfaat kualitas layanan yang bermutu yaitu:

1. Terpenuhinya Kepuasan Konsumen

   Jika konsumen dilayani dengan baik sesuai dengan harapannya maka ia pasti akan merasa puas;

2. Menambah Loyalitas Konsumen

   Apabila konsumen selalu merasa terpuaskan dengan pelayanan yang diterimanya tentu ia akan menjadi loyal terhadap perusahaan;

3. Membangun Kepercayaan

   Pelayanan yang bermutu pasti akan membuat konsumen merasa puas, dan pastinya konsumen akan semakin percaya terhadap perusahaan;

4. Meningkatnya Reputasi

   Perusahaan yang selalu memberikan pelayanan yang berkualitas, akan mendapat nilai lebih dari konsumen;

2.1.3.3 Faktor – Faktor Timbulnya Ketidakpuasan Kualitas Pelayanan

Dijelaskan oleh (Buchari Alma, 2018: 289) faktor-faktor munculnya rasa ketidakpuasaan terhadap sesuatu yaitu:

1. Apa yang diharapkan tidak sesuai dengan yang didapatkan;
2. Tidak merasa puas saya menerima layanan jasa;
3. Sikap personal yang kurang baik;
4. Situasi dan keadaan fisik lingkungan tidak mendukung;
5. *Cost* terlalu besar sebab jaraknya yang cukup jauh, terlalu membuang waktu serta harga yang tidak cocok;
6. Cara promosi yang terlalu monoton, realita tidak sesuai dengan fakta;

2.1.3.4 Indikator Kualitas Pelayanan

Dijelaskan oleh (Efnita, 2017: 111) ada lima indikator kualitas pelayanan yatu sebagai berikut:

1. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

   Perusahaan yang sigap merespon dan menjelaskan sesuatu yang kurang dimengerti oleh konsumen, dan segera menindaklanjuti sekua aduan dan keluhan konsumen;

2. Bukti Fisik

   Yaitu tampilah sebuah perusahaan berupa fasilitas nyata, kelengkapan, kebersihan, komunikasi, kerapian dan pegawai;

3. *Reliabiliti* (kemampuan memberikan layanan)

   Reliabiliti bisa dalam bentuk menepati janji dan melayani konsumen dengan baik;

4. Jaminan

   Pengetahuan dan kesopanan karyawan termasuk kapasitas sebuah perusahaan untuk menjamin pelayanan dari adanya resiko yang berbahaya dan meragukan;

5. Empati

   Pemberi kerja dan pegawai bersedia memperhatikan secara lebih keiinginan pelanggan;

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bisa menunjukkan gambaran terkait hasil dari sebuah penelitian, agar tidak terjadi kesamaan secara keseluruhan. Di bawah ini ada beberapa penelitian yang peneliti pilih sebagai bahan referensi dan perbandingan yakni:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1	(Gultom, Yuliati, & Djohar, 2016) (Doaj)	*Pengaruh Service Quality, Product Quality Dan Perceived Value* Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Industri Kayu Perhutani	*Service quality* memberi pengaruh postif yang signifikan pada loyalitas pelanggan Industri Kayu Perhutani
2	(Wijaya, Beik, & Sartono, 2017) (Sinta)	Pengaruh Kualitas Layanan Perbankan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah XYZ di Jakarta	Kualitas layanan memberi pengaruh positif pada loyalitas nasabah Bank Syariah XYZ di Jakarta
3	(Bukhari, Kamal, & Sari, 2018) (Doaj)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit Mitra Keluarga Tegal	Kualitas pelayanan memberi pengaruh positif yang signifikan pada loyalitas pasien rawat inap RS Mitra Keluarga Tegal
4	(Jumarodin et al., 2019) (Google Scholar)	Pengaruh Variasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Bedukmutu Di Umy	Variasi produk memberi pengaruh positif yang signifikan pada loyalitas konsumen Bedukmutu di Umy
5	(Leonardo &	Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi	Kualitas pelayanan memberi pengaruh positif yang

	Purba, 2020) (Google Scholar)	terhadap loyalitas pelanggan PT Wap Logistikindo	signifikan pada loyalitas pelanggan PT Wap Logistikindo
6	(Effendy, 2017) (Google Scholar)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Dealer Motor Honda di Surabaya)	Kualitas pelayanan memberi pengaruh yang signifikan pada loyalitas konsumen (Studi Pada Dealer Motor Honda di Surabaya)
7	(N. N. Sari et al., 2019) (Sinta)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pasar Tradisional Ngronggo Kota Kediri	Kualitas pelayanan memberi pengaruh yang signifikan pada loyalitas pelanggan di pasar Tradisional Ngronggo Kota Kediri
8	(Rasyid, 2017) (Shinta)	Pengaruh Kualitas Layanan dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek Harun	Kualitas Layanan memberi pengaruh positif yang signifikan pada Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek Harun
9	(Mutmainnah, 2017) (Sinta)	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah	Kualitas layanan memberi pengaruh positif yang signifikan pada Kepuasan dan Loyalitas Nasabah

2.3 Kerangka Pemikiran

Menurut (Nurdin & Hartati, 2019: 127) Kerangka berpikir ialah pikiran yang mendasari dilakukannya sebuah penelitian yang disesuaikan dari semua fakta, observasi dan kajian pustaka yang didapatkan. Bisa memberikan gambaran tentang hubungan diantara setiap variabel. Variabel bebas pada penelitian ini ialah

Variasi Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2), sementara variabel dependennya ialah Loyalias Pelanggan (Y).

2.3.1 Pengaruh Variasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan

Produk yang beraneka ragam bisa menjadi daya tarik kepada keputusan pembelian konsumen, karena hal itu bisa mempermudah konsumen dalam membeli produk berdasarkan harapan dan kebutuhannya. Dengan begitu konsumen akan menjadi loyal untuk membeli produk. Sehingga kelangsungan penjualan perusahaan akan terus berkembang.

Hasil penelitian oleh (Jumarodin et al., 2019) dengan nomor ISSN: 2086-8200 yang berjudul Pengaruh Variasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Bedukmutu di Umy menyatakan jika Variasi Produk memberi pengaruh positif yang signifikan pada Loyalitas Konsumen.

2.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Pelayanan harus menarik dan istimewa dapat menarik perhatian konsumen, serta akan memiliki respon yang memuaskan dari konsumen. Pelayanan seperti ini lah yang akan mampu membuat konsumen menjadi merasa nyaman dan loyal dalam melakukan pembelian dan menggunakan produk yang disediakan penyedia jasa.

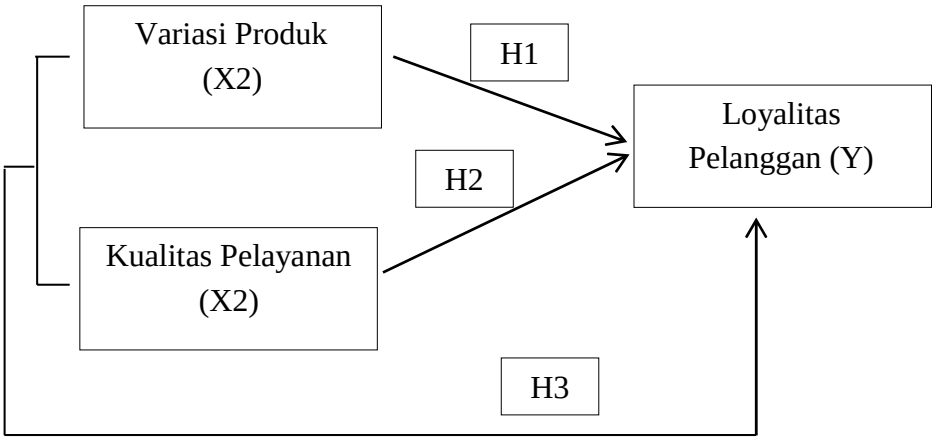
Hasil penelitian yang dilaksanakan (Rasyid, 2017) dengan nomor ISSN: 2549-893 yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasaan dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek menunjukkan jika Kualitas Layanan memberi pengaruh positif yang signifikan pada Loyalitas Pelanggan.

2.3.3 Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Konsumen yang merasa segala sesuatu yang diinginkan sesuai dengan apa yang didapatkannya pasti akan mendapat kepuasan. Jadi bisa ditarik kesimpulan jika loyalitas pelanggan ialah rasa senang dan puas yang dirasakan oleh konsumen sesudah menerima kebutuhan dan layanan yang diinginkan yang sesuai dengan ekspektasinya.

Hasil penelitian yang dilaksanakan (Jumarodin et al., 2019) nomor ISSN: 2086-8200 yang berjudul Pengaruh Variasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Bedukmutu di Umy menunjukkan jika Variasi Produk memberi pengaruh positif yang signifikan pada Loyalitas Konsumen. Menurut (Rasyid, 2017) dalam penelitiannya dengan nomor ISSN: 2549-893 yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasaan dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek menujukkan jika Kualitas Layanan memberi pengaruh positif yang signifikan pada Loyalitas Pelanggan.

Kerangka pemikiran yang peneliti buat bisa menggambarkan hubungan antara variabel bebas yakni Variasi Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) dengan variabel terikat yakni Loyalitas Pelanggan (Y).



Gambar 1 1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Peneliti telah merumuskan hipotesis seperti berikut:

H1: Diduga Variasi produk bisa memberi pengaruh positif yang signifikan pada loyalitas pelanggan di klinik kecantikan Naavagreen natural *skin care* Batam;

H2: Diduga Kualitas pelayanan bisa memberi pengaruh positif yang signifikan pada loyalitas pelanggan di klinik kecantikan Naavagreen *skin care* Batam;

H3: Diduga secara bersama-sama variasi produk dan kualitas pelayanan bisa memberi pengaruh positif yang signifikan pada loyalitas pelanggan di klinik kecantikan Naavagreen natural *skin care* Batam;

UPB

Universitas Putera Batam

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Peneliti memakai metode kuantitatif. Metode kuantitatif dilaksanakan dengan membuat rancangan yang terstruktur spesifik dan formal, serta mempunyai rancangan operasional yang detail (Yusuf, 2017: 58). Peneliti memperoleh data dengan menyebarkan kuesioner melalui *google form*. Kemudian data tersebut akan dianalisis melalui analisis linear berganda, karena mendukung penampilan data dalam bentuk tabel, grafik, dan gambar.

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti sifatnya replikasi yakni mengulang penelitian yang relevan dengan penelitan terdahulu baik dari segi variabel, indikator, obyek penelitian bahkan metode analisis yang yang dipakai. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya ialah perusahaan yang diteliti dan periode waktunya.

3.3 Lokasi Dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Klinik Kecantikan Naavagreen Natural *Skin Care* Batam yang beralamat beralamat di Jl. Raja Ali Kelana, Komp. Central Aladdin I, Blok A, Batam Center-Batam.

3.3.2 Periode Penelitian

Penelitian dilaksanakan dari bulan Maret 2021- Agustus 2021, dan dapat dilihat dari tabel berikut:

Keterangan	Bulan					
	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
Pengajuan Judul						
Bab 1						
Bab 2						
Bab 3						
Kuesioner						
Analisis Data						
Bab 4						
Bab 5						
Daftar Pustaka						
Daftar Isi						
Abstrak						
Penyerahan Hasil						
Sidang Skripsi						
Pengumpulan Skripsi						

3.4 Popolasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Pupulasi ialah gabungan dari beberapa individual dengan karakteristik yang sudah ditentukan. Populasi ialah gabungan dari beberapa orang, peristiwa atau

semua hal yang memiliki karakteristik khusus (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016: 66). Populasi dalam penelitian ini merupakan pelanggan pada Klinik Kecantikan Naavagreen Natural *Skin Care* Batam yakni sebanyak 130 orang.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel merupakan komponen dari populasi penelitian (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016: 67). Penelitian ini termasuk penelitian kunatitatif yang memakai metode *Sampling* tidak acak (*non probability sampling)* dengan sampel 130 orang.

3.4.3 Teknik Sampling

Penentuan sampel dilaksankan melalui teknik *sampling* jenuh, artinya semua populasi dalam penelitian sebanyak 130 orang semuanya akan dijadikan sampel penelitian.

3.5 Sumber Data

Menurut (Rinaldi & Mujianto, 2017: 91) sumber data penelitian terbagi atas 2 bagian, yakni:

1. Data Primer

   Yakni data yang didapatkan secara langsung dari sumber datanya. Data primer pada penelitian ini didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner kepada narasumber yaitu pelanggan pada Klinik Kecantikan Naavagreen Natural *Skin Care* Batam;

2. Data Sekunder

Yakni data yang didapatkan dari sejumlah sumber yang memang telah tersedia sebelumnya (peneliti merupakan pihak kedua). Laporan data dari sumber yang sudah disediakan akan digunakan sebagai data sekunder untuk penelitian ini;

3.6 Metode Pengumpulan Data

Peneliti mengumpulkan data dengan memakai metode *person* (responden, narasumber), *paper* (buku, jurnal), dan *place* (observasi ke lokasi penelitian).

1. *Parson*

   Cara yang digunakan peneliti dalam memperoleh data dengan menyebarkan daftar pernyataan melalui *google form* yang diajukan kepada responden untuk dijawab dan akan dijadikan sumber primer. Dimana setiap pernyataan sudah diberikan *score* tertentu. Peneliti memakai Skala likert agar bisa mengukur suatu perilaku atau pandangan individu atau sekumpulan orang mengenai sebuah gejala sosial. Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan pemberian *score*. Skala ini menetapkan 5 poin penilaian yang bersifat positif yang bisa diamati pada tabel berikut ini (Setiaman, 2020: 10);

Tabel 3. 1 Skala Likert

Pernyataan	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (ST)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

2. *Paper*

   Agar bisa memperoleh sebuah informasi peneliti memanfaatkan referensi buku dan juga dibantu dengan sumber-sumber lain, seperti jurnal serta kajian pustaka lain yang berhubungan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan;

3. *Place*

   Cara yang digunakan peneliti dalam memperoleh data yaitu dengan mengobservasi dilokasi penelitian;

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Memperoleh deksripsi yang lebih jelas terkait sejumlah variabel yang dipakai pada penelitian, dimana variabel tersebut akan diubah jadi definisi yang absolut untuk mengukur sebuah variabel. Variabel ialah kejadian yang menjadi fokus penelitian untuk diamati atau diukur (Rinaldi & Mujianto, 2017: 52).

Ada 2 jenis variabel yang dipakai pada penelitian ini yakni variabel bebas dan terikat. Variabel bebas ialah variabel yang menyebabkan terjadinya perubahan

atau munculnya variabel lain yakni variabel terikat, sementara variabel terikat ialah variabel yang terpengaruh atau terkena dampak dari adanya variabel bebas (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016: 43). Yang merupakan variabel bebas pada penelitian ini ialah Variasi Produk (X1) serta Kualitas Pelayanan (X2), sementara variabel terikatnya ialah Loyalitas Pelanggan (Y).

Indikator merupakan nilai-nilai variabel yang akan diteliti yang digunakan untuk mengukur suatu hal yang terjadi dalam penelitian dan juga mengevaluasi keadaan. Indikator dari penelitian ini diuraikan dalam tebel di bawah ini:

Tabel 3. 2 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Variasi Produk (X1)	Merupakan cara yang dilakukan suatu perusahaan dengan meanekaragamkan produknya agar konsumen bisa memperoleh produk yang diharapkan dan dibutuhkan.	1. Kelengkapan produk. 2. Merek produk. 3. Ukuran produk yang bervariasi. 4. Produk berkualitas.	Likert
Kualitas Pelayanan (X2)	Merupakan penilaian yang diberikan oleh konsumen dengan membandingkan antara keinginan dan kebenaran yang didapatkan dari sebuah layanan yang diberikan penyedia jasa, baik itu penelitian secara sebagian atau secara menyeluruh.	1. Daya Tanggap (*Responsivenes s*). 2. Bukti Fisik. 3. *Reliabiliti* (Kemampuan Memberi Layanan). 4. Jaminan. 5. Empati.	Likert
Loyalitas Pelanggan (Y)	Merupakan wujud kesetiaan konsumen pada sebuah produk yang ditunjukkan dengan	1. Mengulang pembelian 2. Kebiasaan menggunakan	Likert

	perilaku mereka yang tetap membeli dan memakai produk atau jasa dari sebuah perusahaan secara terus menerus dan tidak peduli dengan tawaran produk atau jasa dari perusahaan lainnya.	merek. 3. Sangat menyukai sebuah merek . 4. Ketentuan dalam merek. 5. Percaya jika merek tersebut adalah yang terbaik. 6. Merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain.	

Sumber: Peneliti, 2021

3.8 Metode Analisis Data

Agar bisa menganalisis data yang sudah dikumpulkan dengan benar, peneliti menggunakan *Method* analisis dengan bantuan *software* SPSS 25 agar bisa menyempurnakan metode analisis yang bemanfaat dalam pengujian SPSS yaitu suatu aplikasi untuk menganalisis data statistik. Penelitian ini menggunakan sejumlah teknik analisis data yakni:

3.8.1 Analisis Deskriptif

Yakni metode analisis yang dilaksanakan dengan cara menguraikan data yang sudah dikumpulkan seperti keadaan yang sebenarnya dan tidak meringkas kesimpulan yang berlaku untuk generalisasi atau umum (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016: 106). Metode analisis ini menguraikan informasi mengenai variabel bebas yakni Variasi Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan variabel terikat Loyalitas Pelanggan (Y).

Agar bisa menetapkan kriteria analisis deskriptif bisa digunakan tabel rentang skala yang diperoleh melalui rumus berikut:

$$RS = \frac{n\ m - 1}{m}$$

Rumus 3. 1 Rentang Skala

Sumber: (Umar, 2016: 91)

Keterangan:

RS : Rentang Skala

n : Total Responden

m : Total Pilihan Jawaban

Jadi bisa ditetapkan perhitungan rentang skala pada penelitian ini ialah:

$$\square\square = \frac{130\ 5\ 1}{5} = \frac{520}{5} = 104$$

Hasil dari perhitungan tersebut akan menentukan jawaban dari responden masuk dalam kategori apa berdasarkan rentang skalanya

Tabel 3. 3 Kategori Rentang Skor

No	Rentang Kategori Skor	Kriteria
1	130-234	Sangat Tidak Baik
2	235-339	Tidak Baik
3	340-444	Netral
4	445-549	Baik
5	550-654	Sangat Baik

Sumber: (Umar, 2016: 91)

3.8.2 Uji Kaulitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas

Dilakukan agar bisa menilai ketepatan sebuah item pernyataan dalam mengukur variabel yang dikaji. Item pernyataan dikatakan valid jika bisa mengukur sesuai dengan fakta. Pengujian validitas bisa menggunakan korelasi *Person Product Moment* yakni mengkolerasikan skor setiap item dengan skor keseluruhan. Skor keseluruhan didapatkan dari penjumlahan skor item instrument tersebut (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016: 97).

Koefisien korelasi *Product Moment* bisa didapatkan dari persamaan di bawah ini:

$$\square_{\square\square} = \frac{n.\sum X\,Y - \sum\square.\sum\square}{\sqrt{\square.\sum\square^2 - \sum\square^2\ \square.\sum\square^2 - \sum\square^2}}$$

Rumus 3. 2 Korelasi *Product Moment*

Sumber: (Sugiyono, 2017: 341)

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien Korelasi Product Moment.

$\sum X$ = Penjumlahan Variabel X.

$\sum Y$ = Penjumlahan Variabel Y.

n = Banyaknya Data.

$\sum XY$ = Penjumlahan Perkalian Variabel X dan Y.

Agar bisa menguji korelasi tersebut dipakai nilai signifikan 0,05. Total sampel dalam penelitian ini ialah 130 orang, Jadi r_{tabel} nya ialah df= (N-2), jadi df= (130-2)=128. Maka r_{tabel} nya adalah sebesar 0,1723. Apabila hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$

artinya data tersebut dianggap valid. Sedangkan jika hasil $r_{hitung} < r_{tabel}$ artinya data tidak valid.

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Dilaksanakan agar bisa melihat apakah hasil pengukuran relatif konsisten jika pengukurannya dilaksanakan secara berulang pada subyek dan pada situasi yang sama. Dinyatakan reliabel jika *Conbrach Alpha* >0,6 (Duli, 2019: 108) dengan menggunakan rumus:

$$r_{11} = \left[\frac{n}{n-1}\right]\left[\frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2 t}\right]$$

Rumus 3. 3 Conbrach Alpha

Sumber: (Duli, 2019: 109)

Keterangan:

r_{11} = Reliabel yang dicari.

n = Total item pernyataan yang diuji.

$\sum \sigma b^2$ = Total varians skor tiap item.

$\sigma^2 t$ = Varian totalnya.

Tabel 3. 4 Kriteria Koefisien Reliabilitas

No	Nilai Interval	Kriteria
1	0,8 – 1,00	Sangat Tinggi
2	0,6 – 0,799	Tinggi
3	0,4 – 0,599	Cukup
4	0,2 – 0,399	Rendah
5	<0,200	Sangat Rendah

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Dilaksanakan agar bisa mengetahui apakah nilai residual berdistribusi dengan normal atau tidak. Model regresi dianggap baik apabila nilai residualnya berdistribusi dengan normal. Uji normalitas bisa dilaksanakan melalui uji histogram, normal *P-Plot*, *Chi Square*, *Skewness* dan *Kolmogorov Smirnov*. Sebelum melaksanakan analisis, data yang akan dianalisis harus diuji dulu. Data dikatakan baik jika terdistribusi secara normal. Apabila nilai *sig* > α = 0,05 artinya data terdistribusi normal dan apabila nilai *sig* < α = 0,05 artinya data tidak terdistribusi dengan normal (Duli, 2019: 114-115).

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Dilakukan agar bisa diketahui apakah terdapat korelasi yang tinggi diantara variabel independent pada sebuah model regresi linear berganda. Bila terdapat korelasi yang tinggi, artinya korelasi variabel bebas dan terikat mengalami gangguan. Pengujian multikolinearitas dapat diamati dari nilai VIF, dengan ketentuan bila nilai VIF < 10, berarti tidak ada multikolinearitas sedangkan bila nilai VIF > 10 berarti ada multikolinearitas. Dan juga apabila nilai *tolerance* > 0,10 berarti tidak terdapat multikolinearitas, sedangkan bila nilai *tolerance* < 0,10 berarti terdapat multikolinearitas dalam data (Duli, 2019: 120).

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Dilaksanakan agar bisa mengetahui apakah ada perbedaan varians pada model regresi dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi dikatakan

baik apabila nilai probabilitas Obs R-squared >0,05 artinya model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas dan jika nilai probabilitas dari Obs R-squared <0,05 artiya terjadi heteroskedastisitas pada model regresi (Saptutyningsih & Setyaningrum, 2019: 194).

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Dilaksanakan agar bisa melihat ada tidaknya pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas (X_1, X_2,..X_n) dan variabel terikat (Y). (Saptutyningsih & Setyaningrum, 2019: 190) yaitu:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + ... + b_nx_n$$

Rumus 3. 4 Regresi Linear Berganda

Sumber: (Saptutyningsih & Setyaningrum, 2019: 190)

Keterangan:

Y = Variabel dependen (Loyalitas Pelanggan).

a = Nilai Konstanta.

b = Nilai koefisien regresi.

x_1 = Variabel bebas Pertama (Variasi Produk).

x_2 = Variabel bebas Kedua (Kualitas Pelayanan).

x_n = Variabel ke n

3.8.4.2 Uji R^2 (Analisis Determinasi)

Dilakukan agar bisa mengetahui seberapa jauh model dalam menerangkang variabel terikat. Jika determinasi (R^2) semakin tinggi, berarti persentase

perubahan variabel terikat oleh variabel bebas juga bertambah besar, begitupun sebaliknya, (Riyanto & Hatmawan, 2020: 141). Pengaruh dari variabel bebas bisa diuraikan dengan menunjukkan nilai R^2 dari model regresi.

3.8.5 Uji Hipotesis

3.8.5.1 Uji T (Uji Parsial)

Dilaksanakan agar bisa menguji variabel yang berpengaruh secara parsial yakni variabel bebas dan variabel terikat.

$$t_{hitung} = \frac{\square\sqrt{\square-2}}{\sqrt{1-\square^2}}$$

Rumus 3. 5 T Hitung

Sumber: (Sugiyono, 2018: 278)

Keterangan:

t = Nilai t yang dihitung.

r = Koefisien Korelasi.

r^2 = Koefisien determinasi.

n = Total sampel.

Nila signifikan pada penelitian ini ialah 5% (0,05).

Kriteria pengujian yang dilakukan yaitu:

1. Menetapkan formulasi Ho dan Ha

Hipotesis 1

Ho : Variasi produk tidak mempengaruhi loyalitas konsumen.

Ha : Variasi produk mempengaruhi loyalitas konsumen.

Hipotesis 2

Ho : Kualitas pelayanan tidak mempengaruhi loyalitas konsumen.

Ha : Kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas konsumen.

2. Ketentuan penilaian:

Penilaian : Ho ditolak dan Ha disetujui, bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikan < 0,05.

Penilaian : Ho disetujui dan Ha ditolak, bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikan > 0,05.

3.8.5.2 Uji F (Uji Simultan)

Dilaksanakan agar bisa mengetahui secara bersama-sama pengaruh variabel bebas dan variabel terikat yang diuji. Dengan hasil yang dikeluarkan SPSS sebagai hasil F-test bisa diamati pada tabel ANOVA. Pengujian variabel secara simultan bisa dihitung melalui rumus:

$$F_h = \frac{R^2 / K}{1 - R^2 / n - K - 1}$$

Rumus 3. 6 F Hitung

Sumber: (Ismail, 2018: 364)

Keterangan:

R2 = Kuadrat dari koefisien korelasi ganda.

K = Jumlah variabel independen.

n = banyaknya data.

Fh = Koefisien F.

1 = Bilangan konstan.

Kriteria pengujian yang digunakan yaitu:

1. Menentukan formulasi Ho dan Ha

Hipotesis 3:

Ho : Secara simultan Variasi produk dan kualitas pelayanan tidak mempengaruhi loyalitas konsumen.

Ha : Secara simultan produk dan kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas konsumen.

2. Kesimpulan

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau Ha disetujui apabila nilai sig < 0,0

Jika $F_{hitung} < F_{tebel}$ atau Ho disetujui apabila nilai sig > 0,05.