

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1. Sejarah Objek Penelitian

PT Startmara Pratama ialah perusahaannya yang di dirikan oleh Iskandar ditahun 1993, perusahaan ini bergerak dalam distributor kebutuhan sembako seperti indomie, minyak goreng, mentega, beras.

4.1.2. Logo Perusahaan



Gambar 4. 1 Logo PT Startmara Pratama

4.1.3. Visi dan Misi Objek Perusahaan

Visi:

Menjadi perusahaan dagang nasional kelas dunia yang terpercaya dan disegani.

Misi:

Produk berkualitas dengan harga bersaing dan terjangkau untuk menjamin kepuasan pelanggan dan membina hubungan baik dengan mitra jangka panjang.

4.2 Deskripsi Karakteristik Responden

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 1 Profil Berdasarkan Jenis Kelamin

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Valid	Laki-Laki	75	46.9
	Perempuan	85	53.1
	Total	160	100.0

Sumber: SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas bisa dijelaskan responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 75 orang atau 46.9%, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 85 orang atau 53.1%.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4. 2 Profil berdasarkan usia

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Valid	17- 20 Tahun	18	11.3
	21 - 30 Tahun	100	62.5
	31 - 40 Tahun	37	23.1
	>40 Tahun	5	3.1
	Total	160	100.0

Sumber: SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas bisa di jelaskan responden yang berusia 17-18 tahun berjumlah 18 orang atau 11.3%, usia 21-30 tahun berjumlah 100 orang atau 62.5%, usia 31-40 tahun berjumlah 37 orang atau 23.1%, dan responden yang berusia diatas 40 tahun berjumlah 5 atau 3.1%.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Valid	SMA/SMK	86	53.8
	Diploma/D3	49	30.6
	S1	22	13.8
	S2	1	.6
	Lainnya	2	1.3
	Total	160	100.0

Sumber: SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas bisa dijelaskan responden yang pendidikan terakhirnya SMA/SMK berjumlah 86 orang atau 53.8%, yang berpendidikan terakhir Diploma/D3 berjumlah 49 orang atau 30.6%, responden yang berpendidikan terakhir S1 berjumlah 22 orang atau 13.8%, yang berpendidikan terakhir S2 berjumlah 1 orang atau 0.6%, dan yang berpendidikan terakhir lainnya berjumlah 2 orang atau 1.3%.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Tabel 4. 4 Profil responden berdasarkan penghasilan

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Valid	Rp. 2.500.000 - Rp.3.500.000,-	10	6.3
	Rp. 3.500.000 - Rp.4.500.000,-	77	48.1
	Rp. 4.500.000 - Rp.7.000.000,-	52	32.5
	Rp. 7.000.000 - Rp.10.000.000,-	21	13.1
	Total	160	100.0

Sumber: SPSS 25

Sesuai tabel 4.4 dari data reponden yang didapat responden yang memiliki penghasilan 2.5-3.5 juta sebanyak 12 orang atau 6.3%, 3.5-4.5 juta sebanyak 77 orang atau 48.1%, 4.5juta-7 juta sebanyak 52 orang atau 32.5%, dan yang berpenghasilan 7-10 juta sebanyak 21 orang atau 13.1%.

4.3 Deskripsi Jawaban Responden

4.3.1 Deskripsi variabel Keragaman Produk

Variabel keragaman produk memiliki 5 indikator dimana masing masing indikator memiliki 2 pertanyaan seperti yang tertera dibawah ini:

Tabel 4. 5 Deskripsi jawaban responden keragaman produk

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Jumlah x Skor	Skala
		Skor						
		1	2	3	4	5		
1	Produk yang ditawarkan PT	0	1	14	116	29	653	Baik

	Startmara Pratama ukurannya sesuai dengan keinginan masyarakat							
2	Produk yang ditawarkan PT Startmara Pratama ukuran produknya bermacam-macam	0	0	13	78	69	696	Sangat baik
3	Produk yang ditawarkan PT Startmara Pratama jenisnya bervariasi	0	0	11	79	70	699	Sangat baik
4	Produk yang ditawarkan oleh PT Startmara Pratama beranekaragam jenisnya	0	0	12	74	74	702	Sangat baik
5	Produk yang ditawarkan PT Startmara Pratama menggunakan bahan produk yang	0	0	19	66	75	696	Sangat baik

	bermacam-macam							
6	Bahan produk yang ditawarkan PT Startmara Pratama beranekaragam	0	0	18	62	80	702	Sangat baik
7	Produk yang ditawarkan PT Startmara Pratama memiliki desain sesuai keinginan masyarakat	0	0	12	68	80	708	Sangat baik
8	Produk yang ditawarkan PT Startmara Pratama memiliki desain yang bervariasi	0	0	9	72	79	710	Sangat baik
9	Produk yang ditawarkan PT Startmara Pratama menggunakan bahan yang berkualitas	0	0	12	61	87	715	Sangat baik
10	Kualitas produk	0	0	9	66	85	716	Sangat

yang ditawarkan PT Startmara Pratama sesuai dengan kebutuhan								baik
Jumlah							6.997	
Rata-rata							699.7	

Sumber: SPSS 25

Sesuai tabel 4.5 dapat disimpulkan bahwa variabel keragaman produk berkategori baik. Dapat dilihat bahwa pertanyaan “Kualitas produk yang ditawarkan PT Startmara Pratama sesuai dengan kebutuhan” mendapatkan skor tertinggi yaitu 716. Sedangkan pertanyaan “Produk yang ditawarkan PT Startmara Pratama ukurannya sesuai dengan keinginan masyarakat” mendapatkan skor terendah yakni 653.

4.3.2 Deskripsi Variabel Kualitas Produk

Variabel kualitas produk memiliki 8 indikator dimana masing-masing indikator memiliki 1 pertanyaan sesuai yang dilampirkan berikut ini:

Tabel 4. 6 Deskripsi jawaban responden kualitas produk

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Jumlah x Skor	Skala
		Skor						
		1	2	3	4	5		
1	Barang yang	0	0	6	90	64	698	Sangat

	ditawarkan PT Startmara Pratama mampu bersaing dengan produk merek lainnya							baik
2	Produk yang ditawarkan PT Startmara Pratama memiliki karakteristik yang unik	0	0	11	87	62	691	Sangat baik
3	Produk yang ditawarkan PT Startmara Pratama sangat bermutu	0	0	13	67	80	707	Sangat baik
4	Produk yang ditawarkan PT Startmara Pratama sesuai dengan keinginan masyarakat	0	0	9	80	71	702	Sangat baik
5	Barang yang ditawarkan PT	0	0	10	72	78	708	Sangat baik

	Startmara Pratama bisa dipakai dalam jangka waktu yang lama							
6	Produk yang ditawarkan PT Startmara Pratama bisa diperbaiki	0	0	16	62	82	706	Sangat baik
7	Produk yang ditawarkan PT Startmara Pratama memiliki kemasan yang menarik	0	0	15	70	75	700	Sangat baik
8	Barang yang ditawarkan PT Startmara Pratama memiliki kualitas yang baik dibandingkan yang lain	0	0	12	70	78	706	Sangat baik
Jumlah							5.618	
Rata-rata							702.25	

Sumber: SPSS 25

Sesuai dengan table 4.6 dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berkategori baik. Dapat dilihat bahwa pertanyaan “Barang yang ditawarkan PT Startmara Pratama bisa dipakai dalam jangka waktu yang lama” mendapatkan skor tertinggi yaitu 708. Sedangkan pertanyaan “Produk yang ditawarkan PT Startmara Pratama memiliki karakteristik yang unik” mendapatkan skor terendah yakni 691

4.3.3 Deskripsi Variabel Saluran Distribusi

Variabel saluran distribusi memiliki 4 indikator dimana masing masing indikator memiliki 2 pertanyaan sesuai yang dilampirkan berikut ini:

Tabel 4. 7 Deskripsi jawaban responden saluran distribusi

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Jumlah x Skor	Skala
		Skor						
		1	2	3	4	5		
1	Barang yang ditawarkan PT Startmara Pratama Selalu tersedia	0	0	6	97	57	691	Sangat baik
2	Barang yang ditawarkan PT Startmara Pratama stoknya selalu ada	0	0	10	70	80	710	Sangat baik
3	Pemesanan barang	0	0	10	67	83	713	Sangat

	di PT Startmara Pratama sangat efisien							baik
4	Proses pemesanan barang di PT Startmara Pratama sangat cepat	0	0	8	77	75	707	Sangat baik
5	Pengiriman barang PT Startmara Pratama sangat cepat	0	0	14	68	78	704	Sangat baik
6	Pesanan barang di PT Startmara Pratama selalu datang tepat waktu	0	0	8	69	83	715	Sangat baik
7	Produk yang ditawarkan PT Startmara Pratama mudah dijangkau	0	0	11	73	76	705	Sangat baik
8	Barang yang ditawarkan PT Startmara Pratama harganya sesuai	0	0	11	71	78	707	Sangat baik

Jumlah	5.625
Rata-rata	706.5

Sumber: SPSS 25

Sesuai dengan table 4.7 dapat disimpulkan bahwa variabel saluran distribusi berkategori baik. Dapat dilihat bahwa pertanyaan “Pesanan barang di PT Startmara Pratama selalu datang tepat waktu” mendapatkan skor tertinggi yaitu 715. Sedangkan pertanyaan “Barang yang ditawarkan PT Startmara Pratama Selalu tersedia” mendapatkan skor terendah yakni 691.

4.3.4 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan

Variabel loyalitas pelanggan memiliki 4 indikator dimana masing masing indikator memiliki 2 pertanyaan sesuai yang dilampirkan berikut ini:

Tabel 4. 8 Deskripsi jawaban responden loyalitas pelanggan

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Jumlah x Skor	Skala
		Skor						
		1	2	3	4	5		
1	Saya sangat senang melakukan pembelian di PT Startmara Pratama	0	0	7	106	47	680	Sangat baik
2	Saya berkeinginan untuk tetap menjadi pelanggan PT	0	0	6	83	71	705	Sangat baik

	Startmara Pratama							
3	Saya akan mengatakan hal positif ke orang lain tentang produk yang ditawarkan PT Startmara Pratama	0	0	18	80	62	684	Sangat baik
4	Saya akan mengatakan produk yang ditawarkan PT Startmara Pratama sangat baik	0	0	11	80	69	698	Sangat baik
5	Saya akan merekomendasikan produk PT Startmara Pratama kepada orang lain (Teman/ Sahabat)	0	0	13	73	74	701	Sangat baik
6	Saya akan mengajak orang lain (Teman/	0	0	10	71	79	709	Sangat baik

	Sahabat) untuk membeli produk PT Startmara Pratama							
7	Saya tidak akan beralih ke perusahaan lain selain PT Startmara Pratama	0	0	9	65	86	717	Sangat baik
8	Saya tidak akan terpengaruh dengan tawaran perusahaan lain selain PT Startmara Pratama	0	0	11	63	86	715	Sangat baik
Jumlah							5.609	
Rata-rata							701.125	

Sumber: SPSS 25

Sesuai dengan table 4.8 dapat disimpulkan bahwa variabel loyalitas pelanggan berkategori baik. Dapat dilihat bahwa pertanyaan “Saya tidak akan beralih ke perusahaan lain selain PT Startmara Pratama” mendapatkan skor tertinggi yaitu 717. Sedangkan pertanyaan “Saya sangat senang melakukan pembelian di PT Startmara Pratama” mendapatkan skor terendah yakni 680.

4.4 Analisis Data

4.4.1 Hasil Uji Validitas

1. Hasil Uji Validitas Keragaman Produk (X1)

Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Keragaman Produk (X1)

No	Pernyataan	Nilai Pearson Correlation	r tabel	Keterangan
1	X1.1	.423	.1543	Valid
2	X1.2	.458	.1543	Valid
3	X1.3	.515	.1543	Valid
4	X1.4	.458	.1543	Valid
5	X1.5	.463	.1543	Valid
6	X1.6	.525	.1543	Valid
7	X1.7	.558	.1543	Valid
8	X1.8	.557	.1543	Valid
9	X1.9	.516	.1543	Valid
10	X1.10	.550	.1543	Valid

Sumber: SPSS 25

Hasil SPSS memperoleh nilai untuk item pernyataan X1.1 sebesar 0.423, X1.2 sebesar 0.458, X1.3 sebesar 0.515, X1.4 sebesar 0.458, X1.5 sebesar 0.463, X1.6 sebesar 0.525, X1.7 sebesar 0.558, X1.8 sebesar 0.557, X1.9 sebesar 0.516, X1.10 sebesar 0.550, dari keseluruhan hasil di atas, seluruh item pernyataannya mendapati nilai $>$ r tabel 0.1543, di simpulkan seluruh pernyataannya keragaman produk di nyatakan valid.

2. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2)

Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2)

No	Pernyataan	Nilai Pearson Correlation	r tabel	Keterangan
1	X2.1	.444	.1543	Valid
2	X2.2	.575	.1543	Valid
3	X2.3	.524	.1543	Valid
4	X2.4	.605	.1543	Valid

5	X2.5	.526	.1543	Valid
6	X2.6	.658	.1543	Valid
7	X2.7	.566	.1543	Valid
8	X2.8	.481	.1543	Valid

Sumber: SPSS 25

Hasil SPSS memperoleh nilai untuk item pernyataan X2.1 sebesar 0.444, X2.2 sebesar 0.575, X2.3 sebesar 0.524, X2.4 sebesar 0.605, X2.5 sebesar 0.526, X2.6 sebesar 0.658, X2.7 sebesar 0.566, X2.8 sebesar 0.481, di simpulkan keseluruhan pernyataannya kualitas produk di nyatakan valid.

3. Hasil Uji Validitas Saluran Distribusi (X3)

Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Saluran Distribusi (X3)

No	Pernyataan	Nilai Pearson Correlation	r tabel	Keterangan
1	X3.1	.465	.1543	Valid
2	X3.2	.598	.1543	Valid
3	X3.3	.566	.1543	Valid
4	X3.4	.602	.1543	Valid
5	X3.5	.590	.1543	Valid
6	X3.6	.547	.1543	Valid
7	X3.7	.534	.1543	Valid
8	X3.8	.571	.1543	Valid

Sumber: SPSS 25

Hasil SPSS memperoleh nilai untuk item pernyataan X3.1 sebesar 0.465, X3.2 sebesar 0.598, X3.3 sebesar 0.566, X3.4 sebesar 0.602, X3.5 sebesar 0.590, X3.6 sebesar 0.543, X3.7 sebesar 0.534, X3.8 sebesar 0.571, di simpulkan semua pernyataannya saluran distribusi di nyatakan valid.

4. Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y)

Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	Nilai Pearson Correlation	r tabel	Keterangan
1	Y.1	325	.1543	Valid
2	Y.2	432	.1543	Valid
3	Y.3	505	.1543	Valid
4	Y.4	559	.1543	Valid
5	Y.5	560	.1543	Valid
6	Y.6	644	.1543	Valid
7	Y.7	629	.1543	Valid
8	Y.8	562	.1543	Valid

Sumber: SPSS 25

Hasil SPSS memperoleh nilai untuk item pernyataan Y.1 sebesar 0.325, Y.2 sebesar 0.432, Y.3 sebesar 0.505, Y.4 sebesar 0.559, Y.5 sebesar 0.560, Y.6 sebesar 0.644, Y.7 sebesar 0.629, Y.8 sebesar 0.562, di simpulkan keseluruhan pernyataannya loyalitas pelanggan di nyatakan valid.

4.4.2 Uji Reliabilitas**Tabel 4. 13** Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N
Keragaman Produk (X1)	0.670	10
Kualitas Produk (X2)	0.668	8
Saluran Distribusi (X3)	0.687	8
Loyalitas Pelanggan (Y)	0.635	8

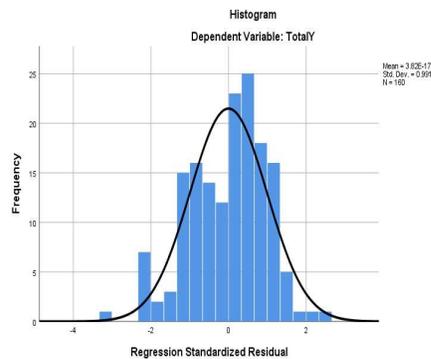
Sumber: SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.13 di simpulkan keragaman produk, kualitas produk, saluran distribusi, dan loyalitas pelanggan memperoleh Cronbach's Alpha > 0,60. Maka keseluruhan variabelnya ini reliabel.

4.4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

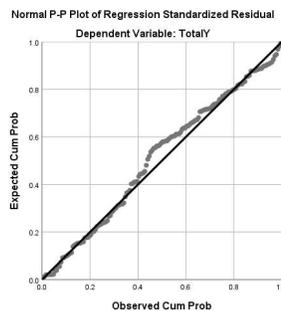
4.4.3.1 Hasil Uji Normalitas

Uji ini dilakukan dengan mengamati *bell-shaped curve*, normal *Probability Plot* dan hasil uji *Kolmogorov-Smirnov*. Adapun hasil pengujian tersebut:



Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas
Sumber: SPSS 25

Uji normalitas bisa di tampilkan dengan histogram seperti yang ada digambar 4.2. yang bisa di amati data menyebar dari kiri ke kanan, serta berbentuk lonceng makanya data di nyatakan memenuhi asumsi normalitas. Pembuktian uji normalitas juga di buktikan dengan menerapkan grafik p-p plot yang di sajikan berikut:



Gambar 4. 3 Hasil Uji P-P Plot
Sumber: SPSS 25

Pada Gambar 4.3. terlihat titiknya menyebar disekitaran garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Di simpulkan modelnya memenuhi asumsi normalitas.

Untuk lebih meyakinkan datanya benar berdistribusi normal makanya diperlukan pengujian kembali dengan pendekatan numeric. Salah satu pengujiannya ialah Kolmogorov – Smirnov berikut:

Tabel 4. 14 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

N		160
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.96780395
Most Extreme Differences	Absolute	.091
	Positive	.046
	Negative	-.091
Test Statistic		.091
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

Sumber: Peneliti, 2022

Dari tabel di atas, di simpulkan kurva beresidual terstandarisasi mempunyai persebaran data normal nilai sig > 0,05. Menganalisa hasil pengujian di atas, di simpulkan datanya berdistribusi normal sebab nilai signifikansi 0,200.

4.4.3.2 Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	TotalX1	.640	1.563
	TotalX2	.605	1.654
	TotalX3	.589	1.698

Tabel di atas menunjukkan nilai VIF untuk keragaman produk, kualitas produk, dan saluran distribusi < 10 . Nilai VIF untuk keragaman produk sebesar 1.563, untuk kualitas produk sebesar 1.654 dan untuk saluran distribusi sebesar 1.698. Di simpulkan bahwa tidak terjadinya multikolinearitas. Nilai tolerancenya yaitu 0,640(X1), 0,605(X2), dan 0,589(X3) $> 0,10$, maka hal ini juga menampilkan tidak terjadinya multikolinearitas.

4.4.3.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas penelitian ini bisa dilihat dari hasil scatterplot dibawah ini:

Tabel 4. 16 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Sig.
1	(Constant)	.040
	TotalX1	.834
	TotalX2	.642
	TotalX3	.513

Sumber: SPSS 25

Dari tabel 4.16 diatas, taraf signifikansi keragaman produk bernilai 0.834, kualitas produk bernilai 0.642, dan saluran distribusi bernilai 0,513 sehingga bisa di pastikan modelnya tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

4.4.3.4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4. 17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	9.345	2.525		3.701	.000
	TotalX1	.178	.063	.218	2.830	.005
	TotalX2	.151	.075	.160	2.030	.044
	TotalX3	.357	.076	.377	4.709	.000

Sumber: SPSS 25

Di dapati persamaan regresi linier berganda dari tabel diatas yakni:

$$Y = 9,345 + 0,178 (X1) + 0,151 (X2) + 0,357 (X3) + e$$

Dari persamaan diatas dapat dijelaskan:

1. Konstanta bernilai 9,345 ini menunjukkan jika X1 (keragaman produk), X2 (kualitas produk), dan X3 (Saluran Distribusi) nilai adalah nol, maka Y (loyalitas pelanggan) bernilai 9,345.
2. Variabel X1 (keragaman produk) bernilai 0,178 ini berarti jika variabel independen lain nilainya tetap, maka tiap kenaikan 1 poin atau 1% keragaman produk akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,178. Koefisien keragaman produk bernilai positif artinya terdapat hubungan positif antara X1 (keragaman produk) dengan Y (loyalitas pelanggan).
3. Variabel X2 (Kualitas produk) bernilai 0,151 ini berarti jika variabel independen lain nilainya tetap, maka tiap kenaikan 1 poin atau 1% kualitas produk akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,151 Koefisien kualitas produk bernilai positif artinya terdapat

hubungan positif antara X2 (Kualitas produk) dengan Y (loyalitas pelanggan).

4. Variabel X3 (Saluran distribusi) bernilai 0,357 ini berarti jika variabel independen lain nilainya tetap, maka tiap kenaikan 1 poin atau 1% kualitas produk akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,357 Koefisien kualitas produk bernilai positif artinya terdapat hubungan positif antara X3 (Saluran distribusi) dengan Y (loyalitas pelanggan).

4.4.3.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4. 18 Hasil Uji R^2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.641 ^a	.411	.399	1.987

Sumber: SPSS 25

Hasil perhitungan regresi bisa diperoleh 0,641. Hal ini berarti 64.1% loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh keragaman produk, kualitas produk, dan saluran distribusi. sedangkan sisanya 35.9% loyalitas pelanggan di perusahaan dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti didalam penelitiannya ini.

4.5 Uji Hipotesis

4.5.1 Hasil Uji Parsial (Uji T)

Pengujian hipotesis di lakukan dengan melakukan perbandingan diantara t hitung dengan t tabel dengan kriteria:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ H0 ditolak atau Ha diterima

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ H0 diterima atau Ha ditolak

Tabel 4. 19 Hasil Uji T

Model		t	Sig.
1	(Constant)	3.701	.000
	TotalX1	2.830	.005
	TotalX2	2.030	.044
	TotalX3	4.709	.000

Sumber: SPSS 25

Dari hasil tabel 4.19 menunjukkan keragaman produk (X1) dengan t_{hitung} 2.830 > 1.97490 dan signifikansi 0.005 < 0.05 maka Ha diterima dan H0 ditolak. Artinya keragaman produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di PT Startmara Pratama. Maka H1 diterima.

Variabel kualitas produk (X2) dengan t_{hitung} sebesar 2.030 > 1.97490 dan signifikansi 0.044 < 0.05 maka Ha diterima dan H0 ditolak. Artinya kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di PT Startmara Pratama. Maka H2 diterima.

Variabel saluran distribusi (X3) dengan t_{hitung} sebesar 4.709, > 1.97490 dan signifikansi 0.000 < 0.05 maka Ha diterima dan H0 ditolak. Artinya saluran distribusi berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di PT Startmara Pratama. Maka H3 diterima.

4.5.2 Hasil Uji Simultan (Uji F)

Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan jika nilai:

F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , maka H_0 ditolak dan H_4 diterima.

Jika F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} , maka H_0 diterima dan H_4 ditolak.

Tabel 4. 20 Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	428.806	3	142.935	36.216	.000 ^b
	Residual	615.688	156	3.947		
	Total	1044.494	159			

Sumber: SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.20 di ketahui $F_{hitung} 36.216 > F_{tabel} 3,05$ dan signifikan $0,00 < 0,05$, sehingga keputusan yang diambil adalah H_0 ditolak dan H_3 diterima. Diterimanya hipotesis alternatif menunjukkan keragaman produk (X1), kualitas produk (X2) dan saluran distribusi (X3) mampu menjelaskan keragaman dari loyalitas pelanggan (Y). Di simpulkan keragaman produk, kualitas produk dan saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Startmara Pratama.

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan

Pernyataan hipotesis pertama (H1) yang menyatakan keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Startmara Pratama telah diterima. Hal ini bisa di buktikan dengan pengaruh positif

sebesar 0.178 dan signifikan $0,005 < 0,05$ dan $t_{hitung} 2.830 > t_{tabel} 1.97490$. Hasil penelitiannya ini sama dengan hasil penelitian oleh (Masrokhah & Suciningtyas, 2019), dimana keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

4.6.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan

Pernyataan hipotesis kedua (H2) yang menyatakan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Startmara Pratama telah diterima. Hal ini bisa di buktikan dengan pengaruh positif sebesar 0.151 dan signifikan $0,044 < 0,05$ dan $t_{hitung} 2.030 > t_{tabel} 1.97490$. Hasil penelitiannya ini sama dengan hasil penelitian oleh (Aryanti & Suyanto, 2019) dan (Wasiman, 2018), dimana kualitas produk mempengaruhi positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

4.6.3 Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan

Pernyataan hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Startmara Pratama telah diterima. Hal ini bisa di buktikan dengan pengaruh positif sebesar 0.357 dan signifikan $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} 4.709 > t_{tabel} 1.97490$. Hasil penelitiannya ini sama dengan hasil penelitian oleh (Dipayanti & Hernayadi, 2022), dimana saluran distribusi mempengaruhi positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

4.6.4 Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas produk dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan

Pernyataan hipotesis keempat (H4) yang menyatakan keragaman produk, kualitas produk dan saluran distribusi berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Startmara Pratama diterima. Hal ini dibuktikan dengan signifikan $0,000 < 0,05$ dan $F_{hitung} 36.216 > F_{tabel} 3,05$. Maka hasil penelitiannya ini sama dengan hasil penelitian oleh (Aryamti & Suyanto, 2019), dimana keragaman produk, kualitas produk dan saluran distribusi berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan.

4.7 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada keragaman produk, kualitas produk, dan saluran distribusi hasil penelitiannya membuktikan ketiga variabelnya berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Implikasi atau penerapannya melalui penelitiannya ini ialah perusahaan bisa menerapkan keragaman produk, kualitas produk, dan saluran distribusi guna memperbaiki serta meningkatkan loyalitas pelanggannya. Selain itu, jika keragaman produk, kualitas produk, dan saluran distribusi diterapkan secara bersamaan, maka ketiga variabelnya akan memberikan dampak bersamaan pula pada loyalitas pelanggan.