

# ANALISIS PENGARUH VARIASI PRODUK, MODEL DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YAVERA LAMONGAN

## *ANALYSIS OF PRODUCT VARIATION, MODEL AND PRICES TOWARDS CUSTOMER LOYALTY YAVERA LAMONGAN*

*Lara Dwioktaviana<sup>1</sup>, Mohammad Yaskun<sup>2</sup>, Ike Susanti<sup>3</sup>*

Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen,  
Universitas Islam Lamongan,  
laradwi006@gmail.com

---

**Website:**

www.unisla.ac.id

---

**Abstrak**

---

**Kata Kunci:**

Variasi Produk,  
Model, Harga,  
Loyalitas Pelanggan.

Tujuan riset ini yakni dapat mengenali secara parsial, simultan serta variabel yang terdominan dalam pengaruh variasi produk, model dan harga di yavera lamongan. Periset mengenakan sampel sejumlah 95 responden. Untuk menganalisis data pada riset kali ini menggunakan beberapa uji yaitu validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, koefisien korelasi berganda, koefisien determinasi, uji-t dan uji-F.

Dari riset ini memperlihatkan kalau hasil nilai uji t variabel variasi produk, model serta harga berpengaruh signifikan secara parsial pada loyalitas pelanggan di Yavera Lamongan. Dari nilai uji F menampilkan kalau variabel variasi produk, model serta harga berpengaruh signifikan secara simultan pada loyalitas pelanggan di Yavera Lamongan. Dari persamaan regresi linear berganda memperoleh nilai variabel harga ialah variabel yang dominan pada loyalitas pelanggan di Yavera Lamongan.

---

**Keywords :** *Product Variation, Model, Price and Customer Loyalty.*

---

**Abstract**

*The purpose of this research is to be able to identify partially, simultaneously and dominant variables in the influence of product variations, models and prices in Yavera Lamongan. Researchers used a sample of 95 respondents. To analyze the data in this*

**Alamat Kantor:**

*research, several tests were used, namely validity, reliability test, normality test, multicollinearity, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, multiple correlation coefficient, coefficient of determination, t-test and F-test.*

*This research shows that the results of the t-test value of the product, model and price variations have a significant partial effect on customer loyalty at Yavera Lamongan. The F test value shows that the product, model and price variations have a significant simultaneous effect on customer loyalty at Yavera Lamongan. From the multiple linear regression equation, the value of the price variable is the dominant variable on customer loyalty at Yavera Lamongan.*

---

## PENDAHULUAN

Dalam dunia pemasaran sekarang ini, persaingan menjadi semakin dinamis, khususnya dalam industry fashion. Pengusaha harus cerdas dalam menggunakan peluang bisnis yang ada untuk mengidentifikasi kebutuhan individu untuk membeli dan menggunakan produk dalam proses pembelian konsumen.

Spark dan Legault (dalam Jurnal Isti Faradisa, Leonardo Budi Hasiholan, dkk yang berjudul Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada ICOS Café : 2016) menyatakan bahwa Variasi produk ialah ciri atau macam barang yang disediakan.

Menurut Keller, Kevin Lane. (dalam Skripsi Sufitson Taatma yang berjudul Peranan Pengembangan Produk Variasi Model Perhiasan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan : 2017), Model atau kerangka bentuk ialah keseluruhan fitur yang berpengaruh pada tampilan berdasar kebutuhan pelanggan.

Angipora (dalam jurnal Nur Laely yang berjudul “Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pada PT. Telkomsel” : 2016) menjelaskan bahwa harga ialah banyaknya uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang diperlukan untuk mendapat beberapa kombinasi produk

dan pelayanan yang menyertai.

Utami (dalam Skripsi Yodi Kurniawan yang berjudul “Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan” : 2018) berpendapat bahwa loyalitas pelanggan juga berarti pelanggan setia berbelanja di lokasi perusahaan tertentu.

Agar loyalitas pelanggan di Yavera dapat meningkat, diharapkan mampu menambah jumlah variasi produknya dan juga menciptakan model produk yang sesuai tren masa kini serta menetapkan harga yang sesuai dengan kualitasnya. Yang mana harga minimum kualitas premium merupakan slogan dari Yavera.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini ialah sebuah riset yang memakai metode kuantitatif. Riset ini mengambil 95 orang dengan mengumpulkan data dengan kuesioner dan analisis data menggunakan program SPSS dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, koefisien korelasi berganda, koefisien determinasi, uji-t dan uji-F.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Uji Validitas**

Menurut Sugiyono (2016:176), yang dimaksud dengan validitas adalah “apabila pertanyaan dikatakan valid jika dapat memperlihatkan alat ukur yang dipakai agar memperoleh data itu valid sehingga valid artinya pertanyaan itu bisa dipakai untuk mengukur yang memang semestinya diukur”. Hasil uji validitas dapat dilihat pada table 2 sebagai berikut :

**Tabel 1 : Hasil Uji Validitas**

Tim	Butir Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Sig	Keterangan
1	X1 (Variasi Produk)				
	X1.1	0,857	0,2017	0,000	Valid
	X1.2	0,727	0,2017	0,000	Valid
	X1.3	0,840	0,2017	0,000	Valid
2	X2 (Model)				
	X2.1	0,841	0,2017	0,000	Valid
	X2.2	0,735	0,2017	0,000	Valid
	X2.3	0,774	0,2017	0,000	Valid
3	X3 (Harga)				
	X3.1	0,817	0,2017	0,000	Valid
	X3.2	0,722	0,2017	0,000	Valid
	X3.3	0,911	0,2017	0,000	Valid
4	Y (Loyalitas Pelanggan)				
	Y1.1	0,893	0,2017	0,000	Valid
	Y1.2	0,670	0,2017	0,000	Valid
	Y1.3	0,829	0,2017	0,000	Valid

Sumber : Hasil Output IBM Statistic 20

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa seluruh item kuesioner dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan oleh semua item pernyataan menunjukkan r-hitung > r-tabel 0,2017, jadi seluruhnya dari variabel independen maupun dependen terbukti valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2016 : 48) Reliabilitas dikatakan reliabilitas apabila memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan dengan aplikasi SPSS 20, pengujian reliabilitas pada penelitian ini ditunjukkan pada tabel 2 berikut ini :

**Tabel 2 : Hasil Uji Reliabilitas**

Item	Cronbach Alpha	Alpha	Keterangan
Variasi Produk (X1)	0,737	0,60	Reliabel
Model (X2)	0,685	0,60	Reliabel
Harga (X3)	0,753	0,60	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,724	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Output IBM Statistic 20

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa masing-masing variabel nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel dan konsistensi indikator dapat digunakan pada waktu yang berbeda.

### 3. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel variasi produk, model dan harga terhadap loyalitas pelanggan Yavera Lamongan. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

**Tabel 3 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,364	,571		-,639	,525
TotalX1	,228	,062	,227	3,699	,000
Total X2	,241	,060	,230	4,006	,000
Total X3	,558	,065	,562	8,574	,000

Sumber : Hasil Output IBM Statistic 20

Dari tabel 3, Persamaan regresi linier berganda diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

$$Y = -0,364 + 0,228X_1 + 0,241X_2 + 0,558X_3 + e$$

Berdasarkan tabel 3, maka dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

1.  $a = -0,364$  yang merupakan konstanta menunjukkan bahwa dalam penelitian ini Variasi Produk ( $X_1$ ), Model ( $X_2$ ) dan Harga ( $X_3$ ) pengaruhnya bernilai 0, maka hasil dari Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar -0,364.
2.  $\beta_1 = 0,228$  menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi yaitu Variasi Produk ( $X_1$ ) sebesar 0,228 dengan asumsi

bahwa variabel lain yang mempengaruhi dianggap konstan.

3.  $\beta_2 = 0,241$  menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi yaitu Model ( $X_2$ ) sebesar 0,241 dengan asumsi bahwa variabel lain yang mempengaruhi dianggap konstan.
4.  $\beta_3 = 0,558$  menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi Harga ( $X_3$ ) sebesar 0,558 dengan asumsi bahwa variabel lain yang mempengaruhi dianggap konstan.

#### 4. Uji Korelasi Berganda

Koefisien korelasi berganda adalah angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antara tiga variabel independen secara bersama-sama atau lebih dengan satu variabel dependen.

**Tabel 4 : Hasil Uji Korelasi Berganda**

Model Summary <sup>b</sup>						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics	
					R Square Change	F Change
1	,925 <sup>a</sup>	,855	,850	,655	,855	178,704

Sumber : Hasil Output IBM Statistic 20

Berdasarkan dari hasil perhitungan analisa korelasi pada tabel diatas diperoleh angka r sebesar 0,925 bahwa variabel variasi produk ( $X_1$ ), model ( $X_2$ ) dan harga ( $X_3$ ) mempunyai hubungan yang “Sangat Kuat”, dimana nilai interval koefisien terletak antara 0,80 – 0,1000.

#### 5. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien korelasi (R) digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara bersama. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen.

**Tabel 5 : Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model Summary <sup>b</sup>						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics	
					R Square Change	F Change
1	,925 <sup>a</sup>	,855	,850	,655	,855	178,704

Sumber : Hasil Output IBM Statistic 20

## 6. Uji-t

Menurut (Ghozali, 2016:182), uji t dipakai agar bisa melihat apa variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh signifikan pada variabel dependen.

**Tabel 6 : Hasil Analisis Uji-t**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,364	,571		-,639	,525
1 TotalX1	,228	,062	,227	3,699	,000
Total X2	,241	,060	,230	4,006	,000
Total X3	,558	,065	,562	8,574	,000

Sumber : Hasil Output IBM Statistic 20

Dari tabel 6 diatas hasil penelitian terhadap variabel Variasi Produk ( $X_1$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $3,699 > t_{tabel}$  sebesar 1,986 dengan tingkat signifikansi sebesar 5%, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa secara parsial variabel Variasi Produk ( $X_1$ ) berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Yavera Lamongan.

Variabel Model ( $X_2$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $4,006 > t_{tabel}$  sebesar 1,986 dengan tingkat signifikansi sebesar 5%, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa secara parsial variabel Model ( $X_2$ ) berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

Variabel Harga ( $X_3$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 8,574 >  $t_{tabel}$  sebesar 1,986 dengan tingkat signifikansi sebesar 5%, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa secara parsial variabel Harga ( $X_3$ ) berpengaruh positif signifikan terhadap terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

## 7. Uji-F

Ghozali (2016:193), mengemukakan kalau uji F dipakai buat mengenali apakah variabel bebas besama-sama memiliki pengaruh pada variabel terikat. Hasil perhitungan statistik uji F selengkapnya dapat dilihat dari tabel 7 dibawah Ini :

**Tabel 7 : Hasil Analisis Uji-F**



ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	229,866	3	76,622	178,704	,000 <sup>b</sup>
1 Residual	39,018	91	,429		
Total	268,884	94			

a. Dependent Variable: Total Y

b. Predictors: (Constant), Total X3, Total X2, TotalX1

Sumber : Hasil Output IBM Statistic 20

Dari tabel diatas diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 178,704 sedangkan  $F_{tabel}$  sebesar 2,70. Karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hasil menunjukkan bahwa secara simultan variabel Variasi Produk (X1), Model (X2) dan Harga (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Yavera Lamongan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini yang berjudul “Analisis Pengaruh Variasi Produk, Model dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Yavera Lamongan” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :



1. Berdasarkan hasil uji t variabel Variasi Produk (X1), Model (X2) dan Harga (X3) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Berdasarkan pengujian hipotesis (uji t) menunjukkan bahwa nilai t hitung untuk Variasi Produk (X1) sebesar  $3,699 > t$  tabel sebesar 1,986 dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ , nilai t hitung untuk Model (X2) sebesar  $4,006 > t$  tabel sebesar 1,986 dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  sedangkan nilai t hitung untuk Harga (X3) sebesar  $8,574 > t$  tabel sebesar 1,986 dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ .
2. Berdasarkan hasil uji F variabel Variasi Produk (X1), Model (X2) dan Harga (X3) berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Dari hasil uji F yang menunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  sebesar 178,704 sedangkan  $F_{tabel}$  sebesar 2,70 dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ .
3. Berdasarkan hipotesis yang ketiga maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Variabel Harga (X3) merupakan variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap Loyalitas Pelanggan karena variabel tersebut mempunyai nilai  $t_{hitung}$  yang lebih besar jika dibandingkan dengan variabel lain. Dimana hasil dari uji-t Variasi Produk memiliki t hitung sebesar 3,699, Model memiliki t hitung sebesar 4,006 dan Harga memiliki t hitung sebesar 8,574, yang mana dari hasil tersebut t hitung Harga (X3) merupakan t hitung yang terbesar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amelia.E., Yaskun.M., Sulaeman. MM. (2021). Pengaruh Karakteristik Pekerjaan, Motivasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Konveksi CV. Star Nine Tritunggal. *JEKMA 2 (4)*
- Dzikrulloh.A, Muhtarom.A, Sulaeman. MM., Santoso, MHB.

- (2022).Pengaruh Marketing Mix (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Kepuasan Konsumen Pada Usaha UMKM, *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 10 (2), 833–840-833–840
- Faradisa Isti, Budi Hasiholan Leonardo, dkk. 2016. Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Indonesian Coffeeshop Semarang (ICOS CAFÉ), Volume 2 No.2. Semarang. *Jurnal Manajemen Universitas Pandanaran Semarang*.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan Ke VIII*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kurniawan Yodi. 2018. Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan. Lamongan. *Skripsi Ekonomi Manajemen Universitas Islam Lamongan*.
- Laely Nur. 2016. Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pada PT. Telkomsel di Kota Kediri, Volume 3 No.2. Kediri. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen Universitas Kediri*.
- Nisak Cholifatun. 2016. Pengaruh Harga, Keragaman Model Produk, Kualitas Informasi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Toko Tas Online Sabilla Store. Semarang. *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik Universitas Diponegoro*.
- Nurcholidah, L. & Sulaeman, MM. (2018). Comparative Consumer Perceptions To Purchase Decisions Of Drinking Water In Packed Brand Le Mineral And Aqua In Tikung, Lamongan Regency. *JHSS (JOURNAL OF HUMANITIES AND SOCIAL STUDIES)* 5 (3), 268-271
- Rohmawati Zunita. 2018. Pengaruh Kualitas, Harga dan Keberagaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan. Gresik. *Jurnal Ekonomi Manajemen Universitas Gresik*.
- Ruswaji, Sulaeman, MM. (2021). Development And Innovation Of Sendang Batik Design And Motivation During The New Normal Time With Siwalan Leaf And Fruit Motif. *JHSS (Journal Of Humanities And Social Studies)* 5 (3), 326-329
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2016. *Salesmanship (Kepengjualan)*. Jakarta. PT. Bumi Aksara.

- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. CV. Alfabeta.
- Suliyanto. 2015. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta. ANDI.
- Sulaeman, MM. & Harsono M. (2021). Supply Chain Ontology: Model Overview and Synthesis. *Jurnal Mantik 5 (2)*, 790-799
- Sulaeman, Moh.Muklis. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Komsumen Pada Merek Cardinal Di Ramayana Bungurasih Sidoarjo, *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen) 3 (3)*, 747-822
- Sulaeman, MM. (2020). Sosialisasi Kewirausahaan dalam Upaya Peningkatan UMKM Desa Palangan Kecamatan Karangbinangun Kabupaten Lamongan. *Jurnal Abdimas Berdaya: Jurnal Pembelajaran, Pemberdayaan dan Pengabdian Masyarakat*. Hal. 16-22
- Sulaeman, MM. Et.al. (2022). Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Anggota Pengguna Jasa Koperasi Simpan Pinjam Artha Niaga Sentosa Surabaya. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS) 3 (4)*, 892-895
- \_\_\_\_\_. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. CV. Alfabeta.
- Taatma Sufitson. 2018. Pengaruh Pengembangan Produk Variasi Model Perhiasan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Emas Prayogi Lamongan. Lamongan. *Skripsi Ekonomi Manajemen Universitas Islam Lamongan*.