



## PENELITIAN ILMIAH PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN ALFAMART GRIYA KENARI MAS

Yu Netty Nababan<sup>1\*</sup>, Rini Wijayanti<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Teknologi Digital

### History Article

#### Article history:

Received July 17, 2023  
Approved Aug 16, 2023

#### Keywords:

Location, Quality of Service, Service Loyalty

#### ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of location and service quality on customer loyalty Alfamart Griya Kenari Mas. This type of research uses qualitative methods with descriptive analysis. Source of data used is primary data. Data collection techniques used observation, interviews, and selection, as well as data analysis techniques, data reduction, data presentation, drawing conclusions. The results of this study were that the researcher conducted interviews and had made a selection from the data that of the 20 respondents who the researchers had interviewed, there were 5 respondents who stated that they were disloyal to Alfamart Griya Kenari Mas and 15 respondents who stated that they were loyal to Alfamart Griya Kenari Mas. Results of the question regarding how customers can access Alfamart Griya Kenari Mas locations, respondents answered that they were willing to be loyal as much as 80% and not loyal as much as 20%. The results of the question regarding the Quality of Service provided by Alfamart Griya Kenari Mas to the respondent's customers answered that they were willing to be loyal as much as 90% and not good as much as 10%.*

#### ABSTRAK

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Alfamart Griya Kenari Mas. Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan seleksi, serta teknis analisis data reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini adalah peneliti melakukan wawancara dan sudah melakukan seleksi dari*

---

*data bahwa dari 20 responden yang peneliti sudah wawancara, ada 5 responden yang menyatakan tidak loyal terhadap Alfamart Griya Kenari Mas Dan 15 responden yang menyatakan loyal terhadap Alfamart Griya Kenari Mas.. Hasil dari pertanyaan mengenai bagaimana pelanggan dapat mengakses lokasi Alfamart Griya Kenari Mas responden menjawab bersedia untuk loyal sebanyak 80% dan tidak loyal sebanyak 20%. Hasil dari pertanyaan mengenai Kualitas Pelayanan yang di berikan Alfamart Griya Kenari Mas kepada pelanggan responden menjawab bersedia untuk loyal sebanyak 90% dan tidak baik sebanyak 10%.*

---

© 2023 Jurnal Ilmiah Global Education

---

\*Corresponding author email: yul1211450@digitechuniversity.ac.id

---

## **PENDAHULUAN**

Kemajuan perekonomian di Indonesia secara perlahan-lahan mulai berdampak terhadap kehidupan masyarakatnya, seperti peningkatan status sosial dan ekonomi masyarakat berakibat pula pada perubahan perilaku serta gaya hidup, hal ini yang mengakibatkan berubahnya selera kepuasan terhadap suatu produk. Dimana Masyarakat menginginkan produk dan layanan berkualitas yang sesuai dengan tingkat kebutuhan mereka sehingga perusahaan dituntut untuk ikut bersaing, berkembang, dan bertahan hidup untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat yang berorientasi pada kepuasan konsumen dan akan menjadikan konsumen yang loyalitas terhadap perusahaan itu. Untuk mengantisipasi hal yang merugikan, perusahaan dituntut untuk mengutamakan perluasan usaha dan melakukan pelayanan yang berorientasi pada kepuasan konsumen.

Keuntungan sebuah perusahaan memiliki pelanggan yang royal dan loyalitas adalah visi dari perencanaan pasar strategis, selain dijadikan dasar pengembangan keunggulan yang berkelanjutan juga dapat direalisasikan melalui upaya upaya pemasaran. Proposisi nilai terdiri atas keseluruhan keuntungan yang dijanjikan oleh perusahaan, juga merupakan pernyataan tentang pengalaman yang dihasilkan dan diperoleh para pelanggan dari tawaran serta dari hubungan pelanggan dengan perusahaan (Kotler et al.,2006b)

PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk merupakan perusahaan yang bergerak di bidang ritel mengelola minimarket distribusi eceran, dalam persaingan pasar perusahaan dituntut memberikan produk atau jasa berkualitas sehingga perusahaan harus melakukan perbaikan untuk mewujudkannya visi alfamart, selain mudah di jangkau kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi para konsumen , konsumen yang merasa puas dengan produk atau jasa yang mereka terima dengan baik akan melakukan pengunjungan kembali serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Dengan hal ini perusahaan harus mulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui lokasi yang strategis dan kualitas pelayanan yang baik.

Alfamart Griya Kenari Mas adalah salah satu toko cabang cileungsi yang memiliki tingkat penjualan terhitung tinggi, walaupun dikelilingi banyak toko grosir dan minimarket yang terhitung masih aktif. Dengan hal ini terlihat bahwa alfamart terus menerus melakukan inovasi terhadap perkembangan usaha yang dimiliki untuk berkarya dan berkembang agar tidak tertinggal dengan kompetitor ataupun tetap bisa mengikuti tingkat permintaan pelanggan. Dan bagaimana untuk tetap menjaga kesetiaan dan mempertahankan para pelangganya, dengan hal itu alfamart menciptakan cara yang baik dalam mendidik karyawan dalam melayani pelanggan dengan tulus dan sepenuh hati. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut peneliti tertarik

melakukan penelitian berjudul “Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Alfamart Griya Kenari Mas”.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap loyalitas konsumen pada Alfamart Griya Kenari Mas Kec. Cileungsi, untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Alfamart Griya Kenari Mas Kec. Cileungsi, untuk mengetahui pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Alfamart Griya Kenari Mas Kec. Cileungsi.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif. Menurut Sugiyono (2010) menyatakan bahwa: “Metode analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

Dalam penelitian ini hanya menggunakan satu sumber data saja yaitu data Primer Menurut Sugiyono (2018:456) data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Data primer adalah data yang di terima langsung dari objek penelitian, dilakukan dengan cara wawancara dan membuat daftar pertanyaan yang akan diberikan kepada responden. Populasi dalam penelitian ini adalah beberapa pelanggan yang sudah menjadi konsumen dialfamart Griya Kenari Mas dan yang pernah berbelanja di Alfamart Griya Kenari Mas. Adapun jumlah pelanggannya adalah 20 orang pelanggan.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan beberapa tahapan sebagai berikut :

### **1. Observasi**

Menurut Sugiyono (2018:229) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila di dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi yang dilakukan untuk bahan penelitian, harus dilakukan dengan ketelitian dan kecermatan dalam rangka memperoleh data penelitian. Praktif observasi melibatkan penerahan beberapa indera peneliti, terutama penglihatan dan pendengaran untuk menangkap fenomena di sekitar yang bisa di jadikan data.

### **2. Wawancara**

Menurut Moleong (2010:186) wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara atau disebut interviewer yang memberikan pertanyaan dan yang terwawancara disebut interviewee yang memberikan jawaban untuk menjawab pertanyaan yang diberikan.

Menurut (Koentjaraningrat 1985 ju 2018 A Ditiamora) wawancara adalah cara yang digunakan untuk tugas tertentu, mencoba mendapatkan informasi dari responden secara lisan, dan untuk berkomunikasi tatap muka.

Menurut Sugiyono (2022, hal 195 dan 198 ) ada dua teknik pengumpulan data dalam wawancara yaitu wawancara tidak tekstruktur dan wawancara tidak terstruktur yang menjadi pembeda dari dua teknik pengumpulan data ini ialah wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data yang dimana peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan di peroleh dan yang tidak terstruktur adalah wawancara bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan wawancara terstruktur karena peneliti akan mewawancarai pelanggan yang terbatas jumlahnya yaitu 20 orang pelanggan ataupun konsumen Alfamart griya kenari mas.

### **3. Seleksi**

Menurut Kasmir (2016:101) Seleksi merupakan proses untuk memilih calon karyawan yang sesuai dengan persyaratan atau standart yang telah ditetapkan. Dan seleksi menjadi tahap terakhir yang dipilih oleh peneliti untuk menfokuskan data yang semakin detail. Setelah peneliti mengidentifikasi tema pada penelitian ilmiah atau menemukan informasi yang

baru setelah melakukan analisis ekstensif terhadap data yang di peroleh kemudian membuat kesimpulan dari apa yang telah didapatkan.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini memakai tahap :

1. Reduksi Data

Sebelum memilih dan menentukan pokok yang akan diteliti harus dipastikan peneliti telah mencatat dengan rinci dari data yang telah di peroleh. Menurut Miles dan Huberman (2007) reduksi data yaitu suatu bentuk analisis yang menggolongkan, mengarahkan dan menyusun data yang tidak perlu dan mengorganisasikan data dengan cara sedemikian rupa sehingga dapat menarik kesimpulan akhir dan menyusun.

2. Penyajian Data

Dalam hal ini penelitian kualitatif dapat menyajikan data dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Menurut Sugiyono (2022:325) dengan mendisplay data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang dipahami tersebut.

3. Penarikan Kesimpulan

Menurut sugiyono (2018:252-253) Kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan perumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang remang atau belum jelas sehingga dalam penelitian akan lebih diperjelas.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan melalui kegiatan wawancara dengan pelanggan Alfamart Griya Kenari rekapitulasi indikator dapat dijadikan masukan bagi perusahaan dalam mengetahui hal apa saja yang dapat dijadikan acuan untuk lebih baik dalam pemilihan lokasi dan meningkatkan Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas Pelanggan. hasil yang didapat oleh peneliti dalam mengamati apa yang menjadi dasar dari penelitian yaitu latar belakang responden yang sudah berbelanja dan melakukan pembelian berulang kali yang disebut dengan loyalitas terhadap Alfamart Griya kenari mas. Observasi yang dilakukan peneliti dalam wawancara ada dari beberapa responden yang mengutarakan pendapat mengenai pengalaman berbelanja seperti kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Peneliti melihat tingginya angka loyalitas pada Alfamart Griya Kenari Mas yang di pengaruhi dua variabel tersebut.

### Lokasi

Persentase total tanggapan responden atas kelima indikator yang menjadi dasar dalam membentuk variabel lokasi terhadap pelanggan Alfamart Griya Kenari sebesar 80% sudah termasuk kedalam kategori baik. Artinya Alfamart Griya Kenari Mas sudah memiliki akses yang cukup baik, penempatan lokasi sudah terlihat dari jarak pandang normal, lalu lintas yang cukup baik, suasana lingkungan juga sudah sangat aman serta kriteria yang dimiliki Alfamart Griya Kenari sudah cukup baik menjadikan pelanggan merasa puas dan memilih untuk loyal.

### Kualitas pelayanan

Persentase total tanggapan responden atas kelima indikator yang menjadi dasar dalam membentuk variabel kualitas pelayanan terhadap pelanggan Alfamart Griya Kenari Mas sebesar 90% sudah termasuk dalam kategori sangat baik. Artinya Alfamart griya kenari Mas sudah memberikan pelayanan sesuai dengan SOP, daya tanggap dalam menerima kritik dan saran sudah baik, jaminan yang disediakan sudah baik, empati yang dimiliki sudah sangat baik, bukti fisik dalam menyediakan fasilitas juga sudah baik.

### Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas

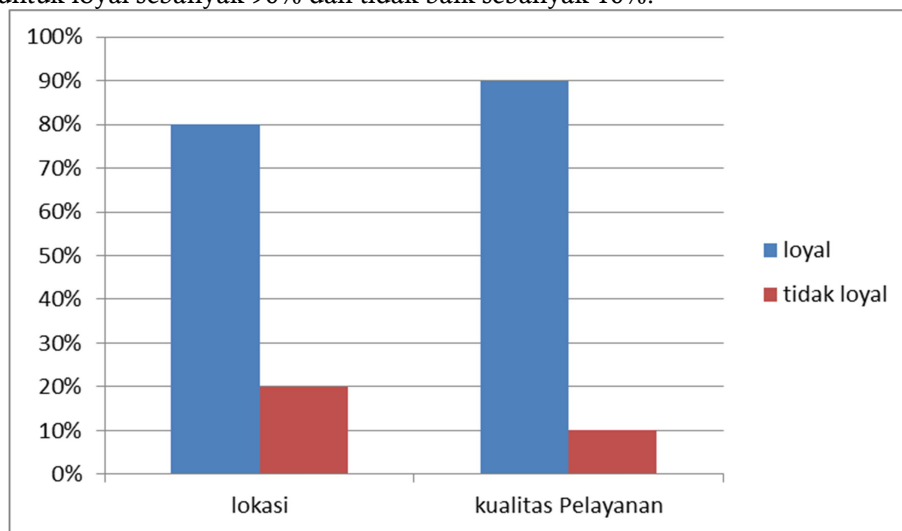
Dalam variabel lokasi dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Alfamart Griya Kenari Mas, dari hasil penelitian ditemukan bahwa dari 20

reponden yang peneliti sudah wawancara, ada 5 responden yang menyatakan tidak loyal terhadap Alfamart Griya Kenari Mas dengan menuturkan alasan bahwa Alfamart Griya Kenari Mas terlalu ramai pengunjung yang membuat pelanggan mengantri lebih lama. Dan 15 responden yang menyatakan loyal terhadap Alfamart Griya Kenari Mas dengan lokasi yang strategis dan mudah diakses membuat mereka memilih untuk loyal serta kualitas pelayanan yang disajikan dan diberikan oleh Alfamart Griya Kenari Mas terhadap pelanggan yang melakukan kunjungan serta berbelanja Alfamart Griya Kenari Mas merasa dipuaskan dengan kualitas pelayanan sehingga pelanggan tertarik untuk datang kembali. Untuk lebih jelas lagi akan ditampilkan dalam bentuk tabel dan grafik.

**Tabel 1.** Tabel Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaan	Total Loyal	Presentase	Total Tidak Loyal	Presentase
1	Lokasi	16	80%	4	20%
2	Kualitas Pelayanan	18	90%	2	10%

Berdasarkan dari hasil penelitian di atas untuk variabel lokasi menyatakan bahwa lokasi Alfamart Griya kenari mas sudah cukup strategis dan membuat pelanggan akan loyal terhadap Alfamart Griya kenari mas, dari Pernyataan responden yang menjawab bersedia untuk loyal sebanyak 80% dan tidak loyal sebanyak 20%. Hasil dari pertanyaan mengenai Kualitas Pelayanan yang di berikan Alfamart Griya Kenari Mas kepada pelanggan responden menjawab bersedia untuk loyal sebanyak 90% dan tidak baik sebanyak 10%.



**Gambar 1.** Grafik Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan

Sumber : Dibuat Peneliti (2023)

Berdasarkan hasil dari data Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan bisa dilihat menggunakan penyajian data berbentuk grafik seperti diatas. Berdasarkan dari hasil penelitian diatas untuk variabel lokasi menyatakan bahwa lokasi Alfamart Griya kenari mas sudah cukup strategis dan membuat pelanggan akan loyal terhadap Alfamart Griya kenari mas, dari Pernyataan responden yang menjawab bersedia untuk loyal sebanyak 80% dan tidak loyal sebanyak 20%. Hasil dari pertanyaan mengenai Kualitas Pelayanan yang di berikan Alfamart Griya Kenari Mas kepada pelanggan responden menjawab bersedia untuk loyal sebanyak 90% dan tidak baik sebanyak 10%.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan dari hasil penelitian untuk variabel lokasi menyatakan bahwa lokasi Alfamart Griya kenari mas sudah cukup strategis dan membuat pelanggan akan loyal terhadap Alfamart Griya kenari mas, dari Pernyataan responden yang menjawab bersedia untuk loyal sebanyak 80%

dan tidak loyal sebanyak 20%. Hasil dari pertanyaan mengenai Kualitas Pelayanan yang di berikan Alfamart Griya Kenari Mas kepada pelanggan responden menjawab bersedia untuk loyal sebanyak 90% dan tidak baik sebanyak 10%. Setelah peneliti melakukan wawancara dan sudah melakukan seleksi dari data bahwa dari 20 reponden yang peneliti sudah wawancara, ada 5 responden yang menyatakan tidak loyal terhadap Alfamart Griya Kenari Mas Dan 15 responden yang menyatakan loyal terhadap Alfamart Griya Kenari Mas dengan lokasi yang strategis dan mudah diakses membuat mereka memilih untuk loyal serta kualitas pelayanan yang disajikan dan diberikan oleh Alfamart Griya Kenari Mas terhadap pelanggan yang melakukan kunjungan serta berbelanja di Alfamart Griya Kenari Mas merasa dipuaskan dengan kualitas pelayanan sehingga pelanggan tertarik untuk datang kembali.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Adawiah, R., Parani, S. B. D., & Farid, F. (2015). Pengaruh Persepsi Harga dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan Produk Kosmetik (Studi pada Swalayan Grand Hero di Kota Palu). *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 1(3), 271-278.
- Ariyadi, F. (2012). Analisis Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Pada BPR Bank Pasar Boyolali (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Ariyadi, F. (2012). Analisis Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Pada BPR Bank Pasar Boyolali (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Avetoe, H. (2015). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 15(3).
- Chaniago, H. (2020). Analisis kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga pada loyalitas Konsumen nano store. *International Journal Administration, Business and Organization*, 1(2), 2020. dan Implikasinya Terhadap Minat Loyalitas. Skripsi FEB Universitas Diponegoro Semarang.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 61-72.
- Juliandi, Azuar et al. 2014. Metodologi Penelitian Bisnis : Konsep dan Aplikasi,
- LESTARI, M. (2018). Pengaruh Lokasi dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Nanda Soto SEi Blutu Medan. 6-15.
- Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Toko Kopma Ilhaam Rahmadhan Universitas Islam Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*. Vol 9, No 2.
- Loyalitas Pelanggan di Salon Agata. *Jurnal Manajemen*. Vol.8 No.1
- Mardhiyah, A., & Safrin, F. A. (2021). Persaingan usaha warung tradisional dengan toko modern. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8(1), 91-99.
- Mardhiyah, Ainun, and Feby Aulia Safrin. "Persaingan usaha warung tradisional dengan toko modern." *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 8.1 (2021): 91-99.
- Muhlisin, dkk. 2020. Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Nandhasari. 2015. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen
- Oktaviani, W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan, Emosional Pelanggan, dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(1), 140-152.
- Pratama, Yulianthini. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap
- Prihatminingtyas, B. (2019). Pengaruh modal, lama usaha, jam kerja dan lokasi usaha terhadap pendapatan pedagang di pasar Landungsari. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 7(2), 147-154.
- Ramadhini, Y. D. F. (2022). Pengaruh modal, harga jual dan pemilihan lokasi terhadap penempatan pedagang angkringan Sudiarjo. (Doctoral dissertation, Unirsersitas PGRI Abdi Buana).

- Rohman, F. (2012). Peran Faktor Situasional & Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Butik di Kota Malang. Universitas Brawijaya Press.  
Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Sudarwati, Sudarwati, Eny Kustiyah, and Atika Fikri Tsani. "Pengaruh Periklanan, Personal Selling, Publisitas dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus di PT. Batik Semar Surakarta)." *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia* 4.3 (2017): 360-372.
- Sujerweni, Wiratna. 2014. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press UMSU Press, Medan
- Update PLS Regresi., Badan Penerbit Universitas Diponegoro., Semarang
- Wahyuni, R., & Irfani, H. (2017). Pengaruh relationship marketing, kepuasan dan brand image terhadap loyalitas pelanggan restoran sederhana masakan padang. *Jurnal Ekobistek*, 6(2).
- Wasiman, dkk. 2020 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Bintang Dua Di Kota Batam. *Jurnal Cafeteria*. Vol 1, No 2 Iriandini, A. P., Yulianto, E., & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh customer relationship management (CRM) terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (Survey pada Pelanggan PT. Gemilang Libra Logistics, Kota Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 23(2).